



ACREDITADA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del título de:

Ingeniera en Comercio Exterior

TEMA:

**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS
SALINERITO, DIRIGIDO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - NEW
YORK, DURANTE EL PERIODO 2012 – 2013”**

Tanya Stefanía Mora Del Salto

Riobamba – Ecuador
2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

.....
Ing. Luis Alberto Esparza Córdova
DIRECTOR DE TESIS.

.....
Ing. Bolívar Alexis Ricaurte Coto.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de las autoras.

Tanya Stefanía Mora Del Salto

AGRADECIMIENTO.

Al culminar este trabajo no puedo dejar de agradecer a la noble institución del saber y el conocimiento, la querida *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*, quien con su política educativa ha inculcado en mí los más altos valores, además de llenar mi mente de sabiduría.

Gracias a la *Facultad de Administración de Empresas*, dotada de una gran infraestructura haciendo que sus alumnos nos sintiéramos bien en cada una de las aulas, ya que las mismas han sido adecuadas para brindar una educación digna de quienes conformamos esta facultad

A la *Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior*, quien fue la rama que me brindó la oportunidad de seguir una carrera que en el futuro me forjará como profesional.

Al *Ing. Luis Esparza* Director de este Plan de Exportación ya que con su ayuda e instrucción permitió dar el máximo esfuerzo en esta investigación, al *Ing. Bolívar Ricaurte* miembro de esta investigación y catedrático de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

A la *Fundación Grupo Juvenil Salinas*, por abrirme las puertas y brindarme las mejores herramientas para cumplir con la investigación.

Finalmente agradezco a los profesores de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, que me inculcaron el conocimiento y supieron enseñarme los valores de un verdadero profesional, dejando en mi memoria momentos muy gratos.

DEDICATORIA.

Le dedico este trabajo primero a Dios quien es la fortaleza en mi vida, a mis padres Santiago y Tanya, que a pesar de sus momentos difíciles me han dado el apoyo requerido y un gran ejemplo de superación y entrega sabiendo así guiar mis pasos y el anhelo de triunfo en mi vida, a mi tía Mirian por el apoyo sincero e incondicional contribuyendo generosamente a mi superación y desarrollo personal.

Stefanía M.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido	Pág.
Portada	I
Certificación del tribunal	II
Certificación de autoría	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria	V
Índice	VI
Índice de contenido	VI
Índice de cuadros	IX
Índice de gráficos	X
Introducción	1
Capítulo I	5
1 Descripción de la empresa.	5
1.1 Antecedentes.	5
1.2 Reseña historia de la empresa.	6
1.3 Base legal.	8
1.4 Misión y visión para la internacionalización.	9
1.4.1 Misión.	9
1.4.2 Visión.	9
1.5 Objetivos organizacionales.	9
1.6 Estructura de fundación grupo juvenil salinas.	11
1.6.1 Estructura orgánica de la fundación grupo juvenil salinas.	12
1.6.2 Estructura funcional de la fundación grupo juvenil salinas.	13
1.7 Filosofía empresarial.	15
1.8 Ubicación geográfica.	16
Capítulo II	17
2 Diagnóstico.	17
2.1 Diagnóstico externo.	17
2.1.1 Medio ambiente.	17
2.1.2 Política económica.	18
2.1.3 Tratados comerciales.	21
2.1.4 Económico y social.	22
2.1.5 Tecnología.	27
2.2 Diagnóstico interno.	28
2.2.1 Recursos organizacionales FUGJS.	28
2.2.2 Talento humano FUGJS.	29

2.2.3	Recursos materiales FUGJS.	30
2.2.4	Recurso económico financiero FUGJS.	31
2.2.5	Recurso mercadológico FUGJS.	32
2.2.6	Recurso técnico y tecnológico FUGJS.	33
2.3	Análisis FODA	34
2.3.1	Fortalezas.	35
2.3.2	Oportunidades.	35
2.3.3	Debilidades.	36
2.3.4	Amenazas.	36
2.4	Estrategias FO, FA, DO, DA.	37
2.4.1	Estrategia FO.	37
2.4.2	Estrategia FA.	37
2.4.3	Estrategia DO.	37
2.4.4	Estrategia DA.	38
2.5	Conclusión de la situación de la FUGJS.	38
Capítulo III		40
3	Propuesta: “Plan de exportación de frutas deshidratadas Salinerito, dirigido al mercado de Estados Unidos – New York, durante el período 2012 - 2013”.	40
3.1	Fundamento científico.	40
3.1.1	Hipótesis general.	40
3.1.2	Objetivos.	40
3.1.2.1	Objetivo general.	40
3.1.2.2	Objetivos específicos.	40
3.1.3	Métodos de investigación.	41
3.1.4	Técnicas de investigación.	41
3.2	Fundación Grupo Juvenil Salinas.	42
3.2.1	Productos.	42
3.2.2	Mix de frutas deshidratadas.	43
3.2.2.1	Definición del producto.	43
3.2.2.2	Valor nutricional.	43
3.2.2.1	Beneficios del producto.	44
3.2.2.4	Empaque.	44
3.2.2.5	Embalaje.	45
3.2.2.6	El producto para la exportación.	45
3.2.2.7	Nombre de la marca.	46
3.3	Estudio de mercado	47
3.3.1	Oferta.	47
3.3.2	Estimación y características de la demanda potencial.	47
3.3.3	Análisis de la comercialización	49

3.3.4	Elección de la empresa contraparte.	50
3.3.5	Canales de distribución.	52
3.3.6	Análisis del canal de distribución elegido.	53
3.4	Estudio técnico	54
3.4.1	Maquinaria y equipo.	54
3.4.2	Personal.	54
3.4.3	Capacidad de producción.	55
3.4.4	Materia prima.	55
3.4.5	Materiales directos.	56
3.4.6	Ingeniería.	56
3.5	Plan de exportación.	69
3.5.1	Requisitos y documentos para exportar.	69
3.5.1.1	Registro como exportador.	69
3.5.1.2	Documentos para exportar.	69
3.5.2	Certificados.	83
3.5.3	Documentos a presentar por la fundación grupo juvenil salinas.	85
3.5.4	Trámites para exportar.	86
3.5.5	Regímenes aduaneros.	86
3.5.6	Clasificación arancelaria del producto.	91
3.5.7	INCOTERMS.	92
3.5.7.1	Definición.	92
3.5.7.2	Termino de negociación a utilizar por la fundación grupo juvenil salinas.	93
3.5.8	Formas de pago.	94
3.6	Estudio financiero	95
3.6.1	Inversiones.	95
3.6.2	Costos y gastos.	96
3.6.2.1	Costo de producción.	96
3.6.2.2	Costos de administración.	97
3.6.2.3	Costo de ventas.	98
3.6.2.4	Costo financiero.	98
3.6.2.5	Costo total.	99
3.6.3	Ingresos.	100
3.6.4	Estado de resultados.	100
3.6.5	Flujo de efectivo.	101
3.7	Evaluación financiera.	102
3.7.1	Valor actual neto (VAN).	102
3.7.2	Tasa interna de retorno (TIR)	104
3.7.3	Periodo de recuperación de la inversión (PRI).	105
3.7.4	Relación beneficio costo (RB/C).	106

Capítulo IV	107
4 Conclusiones y recomendaciones.	107
4.1 Conclusiones.	107
4.2 Recomendaciones.	108
 RESUMEN	 110
ABSTRACT	111
BIBLIOGRAFÍA	112
ANEXOS	114

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Contenido	Pág.
1	Ecuador: comercio con Estados Unidos.	20
2	Ecuador: exportaciones a los Estados Unidos.	21
3	Indicadores socioeconómicos de Estados Unidos.	22
4	Venta de productos orgánicos USA	24
5	Indicadores socioeconómicos de Ecuador	24
6	Talento humano FUGJS	30
7	Valor nutricional	43
8	Empresas productoras de frutas deshidratadas	47
9	Proveedores de frutas deshidratadas al mercado de EEUU	48
10	Importaciones de frutas deshidratadas de EEUU	49
11	Parámetros de negociación	50
12	Empresas seleccionadas	51
13	Materiales directos	56
14	Ingredientes del mix de frutas deshidratadas	64
15	Primera etapa: diagrama de flujo de deshidratación de frutas	67
16	Segunda etapa: diagrama de flujo de elaboración de mix de frutas deshidratadas	68
17	Clasificación arancelaria	91
18	Clasificación arancelaria	91
19	Tasa arancelaria en Estados Unidos	91
20	Resumen de INCOTERMS	93
21	Inversión fija	95
22	Inversión definida	95
23	Inversión de capital de trabajo	96
24	Costo de producción	97
25	Costo administrativo	97
26	Costo de ventas	98

27	Costo financiero	98
28	Costo total	99
29	Ingresos	100
30	Estados de pérdidas y ganancias	100
31	Flujo de efectivo	101
32	Valor actual neto	103
33	Valor actual neto 2	103
34	Tasa interna de retorno	104
35	Periodo de recuperación de la inversión	105
36	Relación beneficio costo	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Contenido	Pág.
1	Estructura de la Fundación Grupo Juvenil Salinas	11
2	Estructura orgánica de la Fundación Grupo Juvenil Salinas	12
3	Ubicación geográfica	16
4	Página web de la Fundación Grupo Juvenil Salinas	32
5	Certificaciones	34
6	Productos	42
7	Nombre de la marca	46
8	Canal de distribución elegido	52
9	Supermercado "Wal Mart"	53
10	Papaya	57
11	Banano	57
12	Piña	58
13	Manzana	59
14	Piña en rodajas	60
15	Banano en rodajas	61
16	Manzana en rodajas	61
17	Papaya en rodajas	61
18	Colocación en bandejas	62
19	Trazabilidad	63
20	Sellado	66
21	Conocimiento de embarque	71
22	Factura proforma	73
23	Factura comercial	75
24	Carta de porte o manifiesto de carga	77
25	Guía aérea	79
26	Lista de empaque - Packing list	81

27	Declaración de exportación	82
28	Certificado de origen	84

INTRODUCCIÓN

Ante el proceso mundial de globalización es de primordial interés conocer los aspectos involucrados en el proceso de comercialización encaminada al comercio nacional e internacional, de tal manera que se conozca la participación y las posibilidades del Ecuador ante tal tendencia mundial.

El gobierno está tomando una orientación más pragmática con respecto a los Acuerdos Comerciales con demás países, dejando atrás las limitaciones ideológicas expresadas por ciertos funcionarios del régimen e incluso por el mismo presidente, es por esto que Ecuador ha negociado tratados bilaterales con otros países, además de pertenecer a la Comunidad Andina de Naciones, también es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), además del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI), Corporación Andina de Fomento (CAF), Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP), de la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR). También se ha estado negociando la creación del Banco del Sur.

El Gobierno Ecuatoriano ha creado, el instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras (PRO ECUADOR), para así brindar el apoyo respectivo al Comercio Exterior, PRO ECUADOR entre sus funciones tiene reforzar la presencia del país en los principales mercados del mundo y asume la responsabilidad de aportar directamente a la promoción de exportaciones e inversiones del país¹.

El Gobierno ha resaltado que el Ecuador siempre ha ofrecido buenas oportunidades a los inversionistas pero con reglas claras, y ha insistido en que este Gobierno cree en el comercio de beneficio mutuo.

¹<http://www.proecuador.gob.ec>

Asímismo el gobierno ha destacado, que en estos últimos años se ha propuesto otra forma de entender la política económica, la institucionalidad para construir un sistema económico justo, democrático y productivo que impulse sobre todo la inserción estratégica del Ecuador en el mundo.

A través de PRO ECUADOR, el Gobierno Nacional espera diversificar e incrementar la oferta exportable del país, para esto ha definido la agenda estratégica y productiva, en donde se priorizan 14 sectores estratégicos de comercialización.

Una de las ventajas de contar con una institución pública de promoción de exportaciones e inversiones es que servirá de vínculo para destrabar procesos internos que afecten a las exportaciones. Además financiará la participación de los exportadores ecuatorianos en ferias y eventos promocionales en el exterior.

En Ecuador, existe la necesidad de que algunas empresas impulsen el desarrollo agroindustrial del país, aprovechando así, entre otras, la gran variedad de recursos naturales que poseemos, dándoles valor agregado y generando productos de calidad.

Uno de estos recursos son las frutas deshidratadas las mismas que son originarias del Ecuador y se puede utilizar en gran variedad.

Según datos de (CENTA.2010) “La deshidratación es una de las formas más antiguas de procesar alimentos. Consiste en eliminar una buena parte de la humedad de los alimentos, para que no se arruinen, pero conservando su valor nutritivo.”

Es así que se considera de mucha importancia la conservación de alimentos pues esto nos permite alargar la vida útil de las frutas y poder tener acceso a mercados más distantes, otra de las importancias de conservar frutas deshidratadas es debido a que podremos contar con frutas en épocas que normalmente no se producen,logrando así mejores precios; ya que los alimentos deshidratados

mantienen gran proporción de su valor nutritivo original si el proceso se realiza en forma adecuada.

En los últimos años el consumo de frutas en nuestro país se ha convertido en una alternativa para las personas que consumen este tipo de snacks de frutas deshidratadas convirtiéndose en uno de los productos no tradicionales más atractivos para las exportaciones incluso su demanda ha venido aumentando en los últimos años debido a su proceso totalmente natural y orgánico ya que no es un producto que necesite de químicos para su elaboración; es por esta misma razón que países como Estados Unidos lo prefieren ya que se convierte en un alimento sano y nutritivo.

El incremento en la demanda de frutas deshidratadas se debe a que es un producto rico en nutrientes y vitaminas, en la actualidad el hábito de consumo de las personas ha cambiado a raíz de que vivimos en un mundo cada vez más industrializado que busca satisfacer nuestras necesidades de consumo alimenticio con productos creados por la tecnología o productos con calorías elevadas que nos causan enfermedades extrañas y en muchos de los casos intratables que finalmente terminan con nuestras vidas, por estas razones las personas buscan un cambio radical en su manera de alimentarse buscando algo sano, nutritivo y sobretodo natural.

Es por esta razón que se ha planificado realizar el plan de Exportación de frutas deshidratadas para brindar una nueva alternativa de consumo al mercado Estadounidense. La idea del presente proyecto es exportar un producto nutritivo rico en vitaminas.

Este plan de exportación estará dirigido a todas las personas como son los niños, adultos, ancianos, enfermos y atletas, ya que es una de las mejores maneras de nutrir al organismo humano de energía vegetal, sin la generación de ningún perjuicio para la salud.

Para ello es fundamental conocer las preferencias y necesidades de los consumidores hacia este tipo de producto para poder llevar a cabo el presente proyecto.

Como el objetivo de este plan es la exportación, es necesario determinar la existencia de un nicho de mercado para las frutas deshidratadas en el mercado de New York (EE.UU), es decir, comprobar la existencia de un grupo de posibles consumidores, quienes estén dispuestos a comprar y consumir el producto.

La presente investigación, pretende determinar la necesidad de las personas para consumir productos saludables, que no afecten a su salud. Por esta razón se busca dar a conocer un producto elaborado de una manera orgánica sin componentes ni aditivos en primera instancia y conservantes, y para ello, brindaremos un producto auténtico, que refleje la riqueza de nutrientes que poseen las frutas deshidratadas y producidas en el territorio nacional con la mejor calidad y nivel de satisfacción para los consumidores.

CAPÍTULO I

1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

1.1 ANTECEDENTES.

Desde 1970, Salinas apostó al Cooperativismo como la forma efectiva y democrática de enfrentar la pobreza y marginación, con el apoyo de voluntarios extranjeros y la Misión Salesiana y especialmente al impulso que dio la iglesia en la persona de Mons. Cándido Rada.

Poco a poco se pasó de un pueblo sin cultura organizativa y productor de sal, a un pueblo organizado y agroindustrial, convirtiéndose en referente para la provincia y el país.

En el año de 1976 Patricia Sánchez reunió a jóvenes de Salinas, con el fin principal de encontrarse entre amigos y crear fuentes de trabajo para las nuevas generaciones (primera panificadora, mermeladas, piscicultura, forestación, hongos). Con el tiempo algunos trabajos se vinieron consolidando y otras iniciativas tomaron cuerpo: Hotel – Refugio, Turismo, Molino, Secadora etc. Con el pasar de los años los jóvenes fundadores, que tanto impulso dieron al proceso de desarrollo comunitario de Salinas, ya se hicieron adultos, y al tener que legalizar el Grupo Juvenil optaron para renunciar a la propiedad de los bienes acumulados, a favor de una Fundación a beneficio de la juventud, la misma que se legalizó en el año 1995 con su Acuerdo Ministerial No: 0983.

Algunos de sus objetivos primordiales son proponer a la juventud salinera el bien común entre los hombres, el amor a Dios y al prójimo, evitando la inclinación al mal a través de la creación de modelos de desarrollo social integral. Y estudiar, diseñar, ejecutar, administrar programas y proyectos artesanales micros empresariales y de

autogestión comunitaria, encaminados al desarrollo integral de la juventud, acordes al medio cultural, a los avances científicos y tecnológicos.

1.2 RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA.

La organización, Fundación Grupo Juvenil Salinas se constituye como una persona jurídica de desarrollo privado, sin fines de lucro bajo la forma jurídica de Sociedad Civil, en la cual una de las empresas que es parte de la organización es la Empresa de Conservas y Alimentos Salinerito.

El Grupo Salinas es una organización técnico corporativo que representa los intereses comunes específicos de la población Salinera, y de las distintas instituciones miembros; es la llamada a articular procesos y apoyar iniciativas locales para fortalecer el trabajo comunitario, capaz de tomar el liderazgo parroquial y regional en conjunto con los gobiernos locales en aspectos de equidad de género, participación ciudadana, cuidado y protección de medio ambiente, equilibrio generacional, productivo y de comercialización.

El Grupo Salinas está integrado por seis miembros que son organizaciones salineras dedicadas a actividades sociales y productivas y estas son:

- COPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SALINAS LTDA (COACSA).
- ASOCIACIÓN “DASARROLLO SOCIAL DE ARTESANOS TEXAL SALINAS” (TEXAL).
- FUNDACIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPECINAS DE SALINAS (FUNORSAL).
- FUNDACIÓN GRUPO JUVENIL SALINAS.
- FUNDACIÓN FAMILIA SALESIANA SALINAS (FFSS).
- COPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA “EL SALINERITO”.

También incluye a dos unidades organizacionales de fines comerciales, que son:

- COMERCIALIZADORA NACIONAL (CONA).
- CENTRO DE EXPORTACIONES.

La fundación Grupo Juvenil Salinas FUGJS, es una de las organizaciones corporativas del Grupo Salinas, la cual está formada por 120 jóvenes, creada con la finalidad de asesorar y fomentar la creación de grupos y actividades juveniles en la parroquia.

Empieza a mediados de los años setenta, su formación tuvo lugar en 1980 y fue legalizada el 28 de noviembre de 1995 por el Ministerio de Gobierno con número 0983.

La fundación gestiona las actividades turísticas de Salinas para lo cual mantiene un hotel, oficina de turismo y operadora, una hacienda forestal y también dirige la fábrica secadora de hongos comestibles que surgió en 1985, como medio para generar ingresos para los jóvenes, a partir de 1989 logra ingresar sus hongos secos al mercado extranjero.

A partir del junio de 2012 empieza a elaborar el mix de frutas deshidratadas.

La fábrica secadora de hongos y frutas, dispone de una estructura organizativa que permite el desarrollo de la empresa ya que es una instancia jurídica legalizada que posee la infraestructura, los equipos necesarios y el conocimiento sobre la producción y transformación de los productos elaborados los cuales son comercializados a través del Grupo Salinas.

Los productos que se elaboran son los hongos deshidratados, frutas deshidratadas (papaya, manzana, piña y banano), sazónador y vegetales deshidratados, dirigidos al

mercado local y extranjero a un segmento que demanda productos naturales con gran valor nutricional.

La FUGJS desea posesionarse de mejor manera en los próximos años en mercados nacionales y extranjeros, para ello la necesidad de cumplir con las metas establecidas de órdenes promedio al día, ventas mensuales, flujos disponibles mensuales y crecimiento de los mismos.

Todos los productos que elabora la empresa se comercializan con la marca registrada EL SALINERITO, marca reconocida por comercializar productos orgánicos y de comercio justo.

1.3 BASE LEGAL.

- **Razón Social:** Fundación Grupo Juvenil Salinas.
- **Sector:** Alimentos Procesados.
- **Actividad:** Elaboración de Hongos y Frutas Secas.
- **Tipo de Empresa:** Sociedad Civil.
- **Composición del Capital:** Nacional.
- **RUC:** 02900044863001
- **Representante Legal:** Miguel Ignacio Arregui.
- **Localización de la Empresa:** Salinas de Guaranda.
- **Provincia:** Bolívar.
- **Cantón:** Guaranda.
- **Cuidad:** Guaranda.
- **Dirección:** Salinas de Guaranda.
- **Teléfonos:** Oficina: 03 2 210-044 Cel.: 0994557952
- **Año de inicio de actividades:** 1995

1.4 MISIÓN Y VISIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN.

1.4.1 MISIÓN.

Elaborar productos alimenticios naturales, éticos y de calidad para satisfacer la demanda actual y potencial de los clientes en el mercado nacional y externo, mejorando los ingresos familiares a base de los recursos y talentos de la población de Salinas y brindando oportunidades justas de trabajo.

1.4.2 VISIÓN.

En el año 2015 constituirse en la empresa productora y comercializadora de hongos de la especie *SuillusLuteus* y de otros productos deshidratados predilectos por los clientes nacionales e internacionales, con incrementos permanentes en los volúmenes de producción y en la cuota de mercado, además de proporcionar altos niveles de satisfacción a los consumidores que prefieren ingerir alimentos amigables con el medio ambiente, altamente saludables y nutritivos, introduciendo para ello periódicamente mejoras en el proceso productivo que permitan obtener productos que superen los estándares internacionales de calidad.

1.5 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES.

Corto plazo.

- Establecer mecanismos de control interno.
- Fortalecer al personal de las diferentes áreas de la fábrica.
- Lograr convenios de producción con pequeños productores de la zona.

- Aumentar la producción de frutas deshidratadas y hongos en un 30%.
- Capacitar a las familias que elaboren los productos secos en calidad e inocuidad.

Mediano plazo.

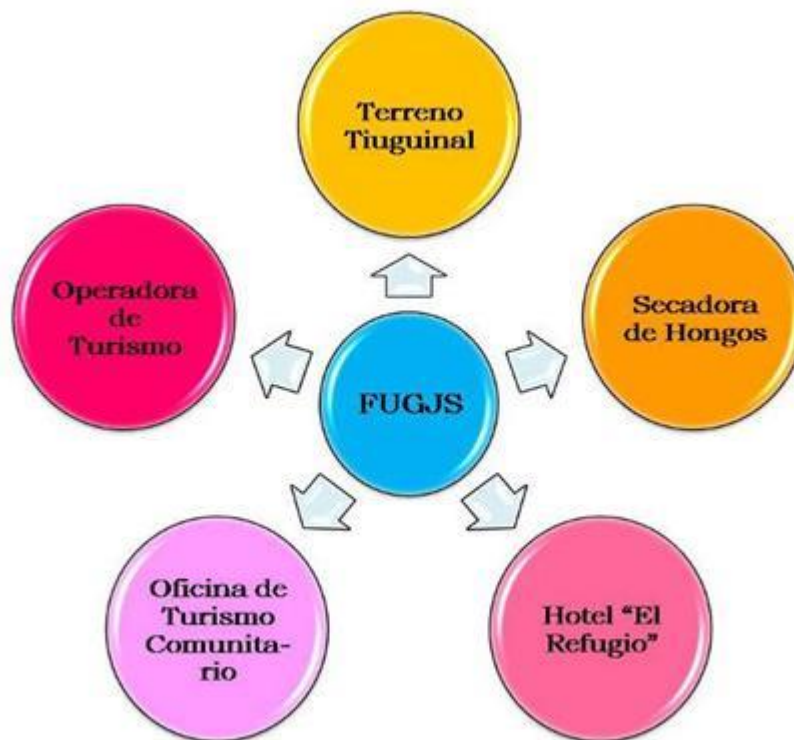
- Generar nuevas fuentes de trabajo equitativo y justo para la población de Salinas.
- Elaborar productos de acuerdo a la demanda del mercado externo en lo que respecta tamaños, pesos, empaque y embalaje.
- Mejorar su proceso productivo a través de la implementación y certificación de la Norma de BPM.
- Mantener la relación con los organismos nacionales y externos que trabajan en la comunidad.
- Generar mayores vínculos con las entidades gubernamentales de apoyo a las MIPYMES.

Largo plazo.

- Mantener los vínculos con entidades gubernamentales.
- Mejorar continuamente las competencias de los empleados.
- Mantener la certificación de BPM en la producción.
- Mejorar continuamente los productos que elabora la empresa para el mercado nacional y externo.

1.6 ESTRUCTURA DE LA FUNDACIÓN GRUPO JUVENIL SALINAS.

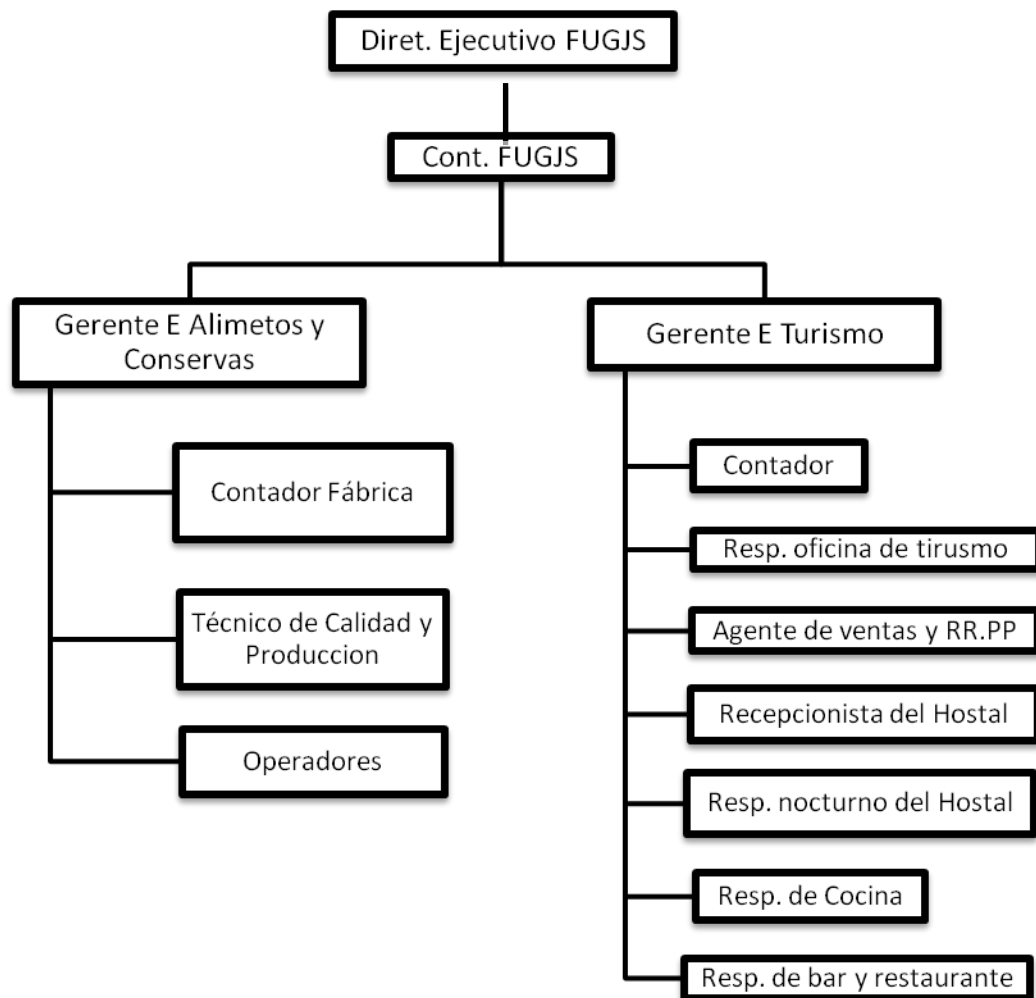
Grafico No. 1



Fuente: FUGJS.

1.6.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA FUNDACIÓN GRUPO JUVENIL SALINAS.

Gráfico No. 2



Fuente: FUGJS.
Elaborado: FUGJS.

1.6.2 ESTRUCTURA FUNCIONAL DE LA FUNDACIÓN GRUPO JUVENIL SALINAS.

Como se puede observar en el organigrama expuesto la Fundación Grupo Juvenil Salinas, es una de las organizaciones perteneciente al Grupo Salinas, caracterizada por poner como primer valor el trabajo justo y solidario a través del cooperativismo y la asociatividad.

Descripción de las funciones.

Director ejecutivo de la Fundación: (Sr. Miguel Ignacio Arregui), es el representante legal, y es la persona que toma las decisiones acertadas para cumplir con los objetivos y valores de la Fundación e impulsar actividades de grupos juveniles que contribuyan al desarrollo comunitario.

Contabilidad FUGJS: En este departamento se encarga de llevar a cabo el registro de las operaciones financieras y presupuestales de la Fundación Grupo Juvenil Salinas.

Gerente de la Fábrica de Alimentos y Conservas: (Sr. Hugo Chamorro), es quien se encarga de la administración, coordinación, seguimiento y control de las actividades que se realiza en la fábrica para elaborar productos bajo los requerimientos del cliente actual y potencial.

Técnico de calidad y producción: El propósito del cargo es estandarizar y garantizar la calidad de los productos que se elaboren en la Planta Deshidratadora. Su responsabilidad es la verificación y cumplimiento de la aplicación del sistema (HACCP) que garantiza la calidad en cada fase del proceso y producto final, también de la verificación de índices de productividad.

Operadores: Controlar la calidad tanto de la materia prima como del producto terminado en el proceso de producción. También se encarga de controlar el proceso de deshidratación de las frutas.

Su responsabilidad es la verificación y cumplimiento del proceso de producción y calidad de las frutas secas.

Contador: Realiza todo el aspecto contable de la Empresa de Producción, y verifica los procesos contables de la empresa.

Gerente de turismo: Es el encargado de promocionar el turismo, alimentación, bebidas y productos que posee la parroquia Salinas y también es el administrador del Hostal El Refugio.

Contador: Lleva a cabo la contabilidad del hostal para cumplir con todas sus operaciones financieras establecidas por la Fundación.

Responsable de oficina de turismo: Es el encargado de proporcionar la información a los turistas potenciales y turistas que visitan la parroquia Salinas, con el fin de facilitar su decisión por viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante el viaje y la visita, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico.

Agente de ventas y RR.PP: Es el que lleva a cabo exposiciones, publicidad, ventas de los productos y brinda capacitaciones a los encargados de la comercialización de los productos.

Recepcionista del hostal: Es el que organiza y gestiona el área de recepción, realiza el ingreso y egreso del huésped y registra el consumo durante la estadía, y también brinda atención y asistencia al huésped. El recepcionista nocturno antes de retirarse debe comunicarlo que ocurrió durante su turno resaltando aquellos acontecimientos que necesiten ser tratadas y resueltas durante el transcurso del día.

Responsable de cocina: Se encarga de elaborar las recetas, realizar dietas, sugerir platos, capacitar al personal de cocina, coordinar la compra de los alimentos, elaborar inventarios, realizarla requisición de productos para la elaboración de la alimentación del hostel.

Responsable de bar y restaurante: En el bar se encarga de realizar cocteles, la requisición de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, realizar la decoración de las bebidas alcohólicas y no alcohólicas. En el restaurante se encarga de controlar a los meseros ordenar y limpiar el restaurante, mantener bien presentable la vajilla y vasos del restaurante.

Cada uno de los empleados de la Fundación Grupo Juvenil Salinas, se encuentran afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social conforme lo dictamina la Ley Ecuatoriana.

1.7 FILOSOFÍA EMPRESARIAL.

Principios y Valores.

Transparencia: Líneas de comunicación e información, confiables y oportunas, que fomentan la confianza y participación y aseguran el compromiso.

Democracia: Conocimiento y aplicación de deberes y derechos ciudadanos, participación crítica y comprometida y, alternabilidad en los distintos niveles de participación.

Solidaridad: Complementación de esfuerzos, distribución equitativa de los beneficios y énfasis en los espacios de solidaridad, sobre todo hacia la población más desfavorecida.

Responsabilidad: Conocimiento, compromiso y cumplimiento consistente con el logro de los objetivos establecidos y las acciones de superación individual y colectiva.

Honestidad: Respeto al derecho ajeno en todos los ámbitos del convivir social.

Lealtad: Acatamiento voluntario de los principios y valores esenciales en las personas y en la sociedad.

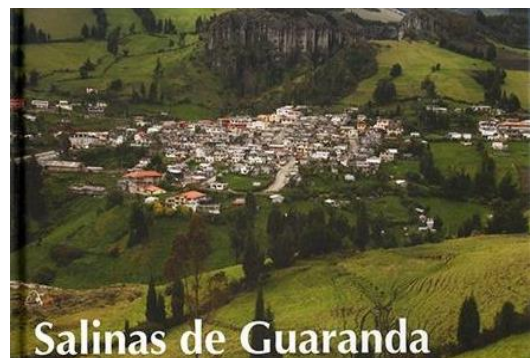
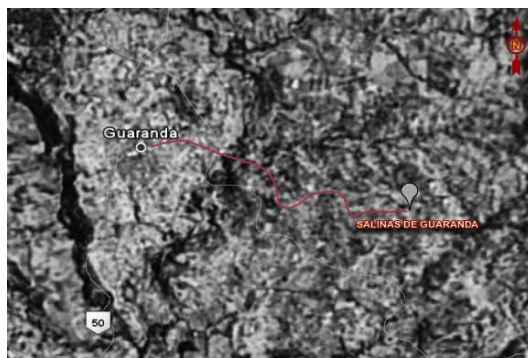
Todos estos valores, en el proceso Salinero, toman su fuerza e inspiración en la propuesta evangélica del Reino de Dios.

1.8 UBICACIÓN GEOGRÁFICA.

Salinas es un pequeño pueblo de la Serranía Ecuatoriana, se ubica en la parte norte de la Provincia de Bolívar, Cantón Guaranda. Su temperatura promedio es de 10° C. Dispone de uno de los principales sitios de producción de sal en la sierra Ecuatoriana en el centro de una amplia zona, ubicada en las estribaciones occidentales de los Andes Ecuatorianos (Se extiende desde los 4.200 metros hacia los 600 msnm).

La Fundación Grupo Juvenil Salinas dedicada a la elaboración de distintos productos entre ellos las frutas deshidratadas se encuentra ubicada en dicha parroquia

Grafico No. 3



Fuente: FUGJS.

CAPITULO II

2. DIAGNÓSTICO.

2.1 DIAGNÓSTICO EXTERNO.

El sistema de comercialización se ocupa de analizar y estudiar las oportunidades de mercado, como definir un plan de actuación dirigido a establecer los medios necesarios para que sus oportunidades se conviertan en el cumplimiento de sus objetivos comerciales.

En general un sistema de comercialización debe tener en cuenta un conjunto de aspectos como es el entorno de mercado que recoge los elementos externos que afectan a la demanda global, como son: crecimiento demográfico, renta por habitante, demanda de bienes complementarios y otros. Así como también objetivos y estrategias de las empresas competidoras que afectan la reacción de las ventas frente a las actuaciones comerciales de la empresa en este caso de la Fundación Grupo Juvenil Salinas. Este diagnóstico externo nos permitirá identificar las oportunidades y amenazas que enfrentara la empresa para desarrollar sus actividades.

2.1.1 MEDIO AMBIENTE

El efecto de las medidas ambientales en el acceso a los mercados es particularmente importante para la labor del comercio exterior y medio ambiente, ya que encierra la clave para asegurar la interacción de unas políticas comerciales y ambientales adecuadas.

Los gobiernos miembros de la OMC (Ecuador y Estados Unidos de América) consideran que la protección del medio ambiente y la salud son objetivos legítimos de política.

Pero también reconocen que las medidas adoptadas para alcanzar esos objetivos pueden obstaculizar las exportaciones. Y están de acuerdo en que el desarrollo sostenible depende de la mejora del acceso a los mercados para los productos de los países en desarrollo.

Las normas, los objetivos y las prioridades ambientales deberían reflejar el contexto ambiental y de desarrollo al que se aplican.

En otras palabras, las normas ambientales aplicadas por algunos países podrían ser inadecuadas, y causar un costo económico y social injustificado a otros países, en particular a los países en desarrollo, al obstaculizar las exportaciones. Las pequeñas y medianas empresas son especialmente vulnerables.

La respuesta no consiste en reducir el nivel de las normas ambientales, sino en hacer posible su cumplimiento por los exportadores. Los acuerdos de la OMC tienen alcance suficiente para asegurar que las medidas ambientales no restrinjan indebidamente las exportaciones. Entre los ejemplos cabe citar el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, que trata sobre la seguridad alimentaria y la sanidad animal y vegetal, y el Acuerdo sobre obstáculos Técnicos al Comercio, relativo a las normas y al etiquetado aplicable a los productos.

2.1.2 POLÍTICA ECONÓMICA.

Relaciones políticas entre Ecuador y Estados Unidos.- Estas relaciones son las de mayor importancia entre todas las que mantiene el Ecuador a nivel internacional, porque las actitudes y decisiones de política internacional y en ciertos casos de política interna de Estados Unidos son trascendentes en todo el mundo. Porque ese país ejerce gran poder en los organismos internacionales de ámbito mundial de los que también es parte el Ecuador, al igual que en la Organización de Estados Americanos (OEA) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Porque ese país

es el principal referente para toda América Latina, en términos de comercio internacional, inversión extranjera, origen de las empresas transnacionales, tecnología posible de captar, cooperación internacional. Porque a ese país han emigrado cientos de miles de ecuatorianos, que reclaman un trato justo del Gobierno norteamericano y no discriminación para el trabajo. Porque ese país es el primer destino de las exportaciones ecuatorianas, uno de los principales orígenes de sus importaciones y uno de los mayores aportantes de inversión extranjera y tecnología. Porque la actitud favorable o no que tome Estados Unidos con respecto a los países competidores de Ecuador en su mercado, vía tratados de libre comercio (TLC), puede afectar gravemente los intereses políticos, económicos y sociales nacionales. Séptimo, porque muchas de las grandes rutas de conexión del país con el mundo en el transporte marítimo y aéreo son trazadas allá.

Relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos.-El comercio del Ecuador con Estados Unidos es ampliamente favorable a nuestro país en casi todos los años, especialmente en esta década. Lo fue sobre todo en el 2008, año en el cual el saldo favorable superó los 4.825 millones de dólares. Fue mucho menor en el año 2010, cuando solo registró 888 millones de dólares a favor. La posición de Estados Unidos como primer socio comercial ecuatoriano no está en discusión.

Las exportaciones han crecido de 1,594,000 dólares en el año 1994, a 8,405,186 dólares en el 2008, quintuplicándose, luego de lo cual se redujeron y crecieron para ser de 6,046,030 dólares en el 2010, en el 2011 fueron de 9,742,367 dólares y en el año 2012 fueron de 10,628,400 dólares. Eso se debe especialmente al cambio del volumen y a las oscilaciones del precio del petróleo.

Estas exportaciones ecuatorianas a los Estados Unidos representaron en el año 2010 el 35% de las totales al Mundo y el 46% de las totales a América.

Ecuador: comercio con Estados Unidos.

(Millones de dólares)

Cuadro No. 1

AÑO	1994	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
EXPOR.FOB	1.594	1.875	5.050	6.825	6.169	8.380	4.608	6.078
IMPOR.CIF	964	932	2.032	2.739	2.869	3.555	3.863	5.190
SALDO	630	943	3.018	4.086	3.300	4.825	745	888

Fuente:Banco Central del Ecuador. Información Estadística 1910 – Abril del 2011

La canasta exportadora del Ecuador a Estados Unidos es amplia, con 1.150 productos, pero las ventas se concentran en pocos bienes; en efecto, 10 productos concentran poco más del 90% del total exportado; mientras que el 9% restante se reparte en 1.140 productos, casi todos agrícolas y pesqueros. Es importante anotar que, en un análisis del periodo 1990 – 2001 de las exportaciones, un resultado muy importante fue que las diez principales exportaciones agropecuarias y pesqueras del Ecuador corresponden a productos que gradualmente perdían dinamismo en el mercado estadounidense.

Ecuador: exportaciones a los Estados Unidos

En Toneladas y Valores FOB

Cuadro No.2

AÑO	TONELADAS	FOB –DÓLAR	% TOTAL FOB – DÓLAR
2012	13,167,451.47	10,628,400.38	100%
2011	12,687,803.29	9,742,367.35	100%
2010	10,182,613.97	6,046,030.66	100%
2009	10,140,069.98	4,600,914.51	100%
2008	12,973,007.10	8,405,186.01	100%

Fuente:www.bce.fin.ec

Elaborado por: La Autora.

Para afianzar las relaciones comerciales bilaterales, desde el lado de los gobiernos están las cancillerías y las entidades que promueven o financian exportaciones en cada país y desde el lado privado las cámaras bilaterales, la principal de las cuales es la Cámara Ecuatoriano – Americana de Comercio, que funciona en Quito, Guayaquil y Cuenca.

2.1.3 TRATADOS COMERCIALES.

El Ecuador realizó negociaciones para la firma de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, con una fuerte oposición de los movimientos sociales ecuatorianos. Con la elección del Presidente Rafael Correa, estas negociaciones fueron suspendidas. En la actualidad, la política exterior ecuatoriana tiene como prioridad la integración latinoamericana, como consecuencia, Ecuador está negociando su ingreso pleno en Mercosur, debido que, al no tener **TLC con EEUU** ni **UE**, está en capacidad de adoptar el arancel común externo del Mercosur, aunque el proceso podría demorar varios años al igual que sucedió con Venezuela, pues debe ser aprobado por los parlamentos de todos los miembros plenos. De concretarse el acuerdo, sería el único país del Mercosur con salida al océano Pacífico y puerta de entrada a Asia. El presidente ecuatoriano ha explicado que la decisión se tomará en el primer semestre de 2013, debido a los estudios que se están haciendo sobre los impactos que podría tener en una economía dolarizada el adoptar la política arancelaria de Mercosur.

Ecuador ha negociado tratados bilaterales con otros países, además de pertenecer a la Comunidad Andina de Naciones, también es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), además del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI), Corporación Andina de Fomento (CAF), y otros organismos multilaterales. En noviembre de 2007, Ecuador se convirtió nuevamente en miembro pleno de la Organización de Países Exportadores

de Petróleo (OPEP), de la cual se había ausentado por 14 años. Ese mismo año se creó la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR), con sede en Quito.

2.1.4 ECONÓMICO Y SOCIAL.

A continuación se muestra el contexto económico social de Estados Unidos:

Cuadro No. 3
Indicadores socioeconómicos de Estados Unidos

Población	316,352,320 habitantes
Crecimiento poblacional	0.97%
Capital	Washington D.C
Principales ciudades	New York, Los Angeles, Chicago, Houston, Filadelfia, San Diego, Dallas, Phoenix, San Francisco
PIB	16,633,400 millones (2013)
Crecimiento PIB	2,2 % (2012)
PIB per cápita	USD 40,200 (2012.)
Composición del PIB por sector	Agricultura: 1,2% Industria: 22.2% Servicios: 76.6% (2010)
Moneda oficial	Dólar americano

Tasa de inflación	Septiembre 2013: 1,18%
--------------------------	------------------------

Fuente: CIA, WorldFactbook, actualización del 23 agosto 2011

Elaboración: PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

Con respecto a la población económicamente activa, la fuerza laboral representa a 153.9 millones de habitantes, la tasa de desempleo en el 2009 fue de 9,3% (estimado).

La Organización Político-administrativa americana está conformada por el Gobierno, Partidos Políticos y Parlamento, la constitución de los Estados Unidos estableció una República Federal con una tradición democrática muy fortalecida.

Existe el Gobierno Federal y los Gobiernos Estatales, cada uno con sus funciones establecidas y con el Presidente quien es Barack Obama del partido demócrata y está al frente de la función ejecutiva por segunda vez, la función legislativa está compuesta por un parlamento bicameral conocido como el congreso, el cual está conformado de la Cámara de Representantes (la cámara inferior) y el Senado (la cámara superior).

Mercado de orgánicos.

El mercado de productos orgánicos en los Estados Unidos de América habría llegado ya a los USD 25 mil millones en el año 2011, con tasas de crecimiento positivas del 15% (2008-2009) en términos generales y del 11% solo en lo que se refiere a frutas y vegetales orgánicos. La red de distribución al “detal” de productos orgánicos se ha ampliado a otros canales de comercialización, ya no solo en almacenes de productos naturales, sino supermercados como Safeway, almacenes al por mayor como Wal-Mart, y almacenes de membrecía como Costo, etc.

Como porcentaje de penetración de los productos alimenticios orgánicos, este fue de 3,47%, frente al total de ventas de productos alimenticios en ese mercado. Las ventas de frutas y vegetales orgánicos ya alcanzaron el 37% del total de ventas de alimentos orgánicos en el año 2008. Hasta el año 2010 las ventas al “detal” o minoreo fueron de USD 8.5 mil millones habiéndose casi triplicado en una década.

Cuadro No. 4

Venta de productos orgánicos USA (USD MILLONES).

TIPO DE PRODUCTO	2005	2006	2007	2008	TASA DE CRECIMIENTO* %
ALIMENTOS	13,281	16,718	19,807	22,929	15.5%
NO AMIMENTOS	744	938	1,182	1,648	39.4%
TOTAL PRODUCTOS ORGANICOS	14,025	17,656	20,989	24,577	17.1%

*Incremento en ventas 2007-2008.

Fuente:OTA´sSurvey.

Elaboración: FUGJS

Cuadro No. 5

Indicadores socioeconómicos de Ecuador

Población	15,476,732 habitantes (2013)
Capital	Quito
Principales ciudades	Quito, Guayaquil, Cuenca
PIB	72,466 (2012.)

Crecimiento PIB	4,82% (2012.)
PIB per cápita	USD 5,012 (2012.)
Composición del PIB por sector	Agricultura, ganadería, caza (6.12 %), petróleo y minas (16.58 %), industria (9.24 %), construcción (11.49 %), servicios (41.57 %), comercio (11.55 %) (BCE 2012).
Moneda oficial	Dólar estadounidense
Tasa de inflación	4,88% (Agosto 2012)

Fuente:www.wikipedia.com

Elaboración: La autora.

A pesar del crecimiento vigoroso de los últimos años, y al igual que la mayoría de los países latinoamericanos, la economía sigue dependiendo de las exportaciones de materias primas y el petróleo es la principal fuente de riqueza del país. Para superar aquella situación, el Estado está haciendo inmensos esfuerzos en pasar de una economía extractivista a una economía del conocimiento y valor agregado. Existen diferencias importantes del ingreso donde el veinte por ciento de la población más rica posee el 54,3 % de la riqueza y el 91 % de las tierras productivas. Por otro lado, el 20 % de la población más pobre apenas tiene acceso al 4,2 % de la riqueza y tiene en propiedad sólo el 0,1 % de la tierra.

El actual estado está conformado por cinco funciones que se dividen en:

La Función Ejecutiva: Es ejercida por el Presidente de la República, quien ejerce la función ejecutiva, es Jefe de Estado y del Gobierno, responsable de la administración pública. La Función Ejecutiva está integrada por la Presidencia y Vicepresidencia de la República, los Ministerios de Estado y los demás organismos e instituciones necesarios para cumplir, en el ámbito de su competencia, las atribuciones de rectoría, planificación, ejecución y evaluación de las políticas públicas nacionales y

planes que se creen para ejecutarlas, según el artículo 141 de la Constitución vigente de la República del Ecuador.

El Vicepresidente representa al Presidente cuando este se encuentra ausente temporalmente y cumple con las funciones que el Presidente de la República le asigne. El Vicepresidente de la República deberá tener los mismos requisitos necesarios para cumplir las funciones del Presidente de la República y tendrá las mismas prohibiciones e inhabilidades.

Los Ministros de Estado son los encargados de cumplir las funciones como personeros de los Ministerios a los que el Presidente de la República les asigne, siendo de libre nombramiento y remoción.

La Función Legislativa: Cumple las funciones de creación de leyes y fiscalización, incluyendo la posibilidad de plantear juicio político en contra del Presidente de la República, el Vicepresidente y a los Ministros de Estado, en Ecuador se denomina como Asamblea Nacional, con sede en Quito ejerce la función legislativa y es unicameral. Excepcional mente podrá reunirse en cualquier parte del territorio nacional. Se integra por asambleístas elegidos para un periodo de cuatro años, determinada por quince asambleístas por circunscripción territorial y dos asambleístas por cada provincia, aumentando en el número de un asambleísta por cada doscientos mil habitantes por provincia o fracción de ciento cincuenta mil.

La Función Judicial: La función está encargada de la administración de justicia, denominada Corte Nacional de Justicia, las cortes, tribunales y juzgados que establece la Constitución y la ley, y el Consejo Nacional de la Judicatura.

La Función de Transparencia y Control Social: Su función es de promover e impulsar "el control de las entidades y organismos del sector público, y de las personas naturales o jurídicas del sector privado que presten servicios o desarrollen actividades de interés público, para que los realicen con responsabilidad,

transparencia y equidad;" además, "fomentará e incentivará la participación ciudadana; protegerá el ejercicio y cumplimiento de los derechos; y prevendrá y combatirá la corrupción." según el artículo 204 de la Constitución de la República vigente.

La Función Electoral: Tiene como función "garantizar el ejercicio de los derechos políticos que se expresan a través del sufragio, así como los referentes a la organización política de la ciudadanía."

2.1.5 TECNOLOGÍA

El aspecto tecnológico es de gran importancia y el país cuenta con potencial para la industria en una gran variedad de sectores como lo es el petróleo. La producción interna de materias primas textiles y manufacturadas; la minería; la industria química, petroquímica; así como la petrolera y gasífera, por disponer de la principal entrada de esta industria; generación eléctrica debido a su altísimo potencial hidráulico, solar y eólico en varios sectores del país; la elaboración de productos a base de la fundición de materiales o cristales; producción agroindustrial y de alimentos procesados; producción farmacéutica; entre otros.

El desarrollo ecuatoriano se sustenta en el cambio de la matriz productiva.

El nuevo patrón pretende ser generador de valor agregado, apoyando la producción y exportación de 14 sectores claves y las 5 industrias estratégicas priorizadas.

Los 14 sectores priorizados: turismo; alimentos frescos y procesados; energías renovables; productos farmacéuticos y químicos; biotecnología: bioquímicos y biomedicina; servicios ambientales; metalmecánica; tecnología: hardware y software; plásticos y caucho sintético; confecciones, ropa y calzado; vehículos,

automotores, carrocerías y partes; transporte y logística; construcción; y cadena forestal sustentable y productos madereros procesados.

Las regiones de mayor crecimiento o producción industrial se centran cerca de las ciudades de Guayaquil, Quito, Cuenca, Esmeraldas, Manta, Orellana, Nueva Loja, Machala, Santo Domingo y Ambato.

2.2 DIAGNÓSTICO INTERNO.

Todas las empresas requieren conocer su situación, ya que están sometidas al cambio constante, derivado de sus procesos de adaptación y a las modificaciones del entorno (interno-externo-competitivo). La innovación es la capacidad de un sistema organizacional de reaccionar a este cambio inevitable.

Con éste diagnóstico se pretende encontrar criterios que faculten hacer relevantes algunos elementos y dejar otros en segundo plano, como un medio de contraste que permite que los primeros se destaquen, al igual que nos permite identificar las fortalezas y debilidades que tiene la empresa para desarrollar las respectivas actividades.

2.2.1 RECURSOS ORGANIZACIONALES FUGJS.

Salinas de Guaranda se encuentra ubicada en la sierra central ecuatoriana, por ello su cercanía a los principales puertos y aeropuertos.

El Grupo Salinas por ser parte de una iniciativa social y solidaria que viene trabajando en la zona 40 años, a través del apoyo se ha permitido un desarrollo en la producción de alimentos con potencial a la exportación.

La Fundación Grupo Juvenil Salinas cuenta con su estructura organizacional que les ha permitido lograr un rendimiento organizacional eficaz y eficiente para así poder vender eficientemente los productos y servicios que ofrece la fundación, resolver los problemas en el menor tiempo posible y satisfacer las demandas de personal y las salariales.

El director ejecutivo de la fundación, es el representante legal y es el encargado de fijar las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los objetivos fijados. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos de la Fundación Grupo Juvenil Salinas y actúa como soporte de la misma. Provee de contactos y relaciones empresariales a la fundación con el objetivo de establecer negocios a largo plazo tanto de forma local como a nivel internacional.

Cada área de la fundación cuenta con su representante, en el caso de la fábrica de Alimentos, es el Gerente General, Sr. Hugo Chamorro, es quien se encarga de la administración, coordinación de actividades, seguimiento y control de las actividades que realiza la fábrica para elaborar producto bajo los requerimientos del cliente actual y potencial.

2.2.2 TALENTO HUMANO FUGJS

En lo que se refiere al área de talento humano, la Fundación Grupo Juvenil Salinas cuenta con el director ejecutivo, gerente de alimentos y conservas, gerente de turismo y demás responsables, todos ellos con los conocimientos, experiencias, motivaciones, intereses vocacionales, aptitudes, actividades y habilidades que hacen que la fundación marche eficientemente. Estos recursos son los más importantes de la Fundación porque son los únicos que pueden procesar los recursos materiales y técnicos, así como mejorar y perfeccionar su empleo y diseño. Cada uno de ellos cumple con los perfiles en cuanto a los requisitos y a la experiencia requerida.

La mano de obra de la fábrica es de la zona quienes han sido capacitados para la elaboración de los alimentos (frutas deshidratadas), además se encuentran afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social conforme lo dictamina la Ley Ecuatoriana.

A continuación se muestra un cuadro con el personal de cada área de acuerdo al género:

CUADRO No. 6

DETALLE	HOMBRES	MUJERES
ADMINISTRATIVA	2	-
PRODUCCION	2	4
COMERCIALIZACION	1	-
TOTAL	5	4

Fuente: FUGJS.

Elaborado: FUGJS.

2.2.3 RECURSOS MATERIALES FUGJS.

La Fundación Grupo Juvenil Salinas cuenta con el terreno y la infraestructura propia en donde se encuentran las oficinas administrativas y comerciales cada una de ellas con sus respectivos muebles, materiales de oficina y equipos de cómputo.

También cuentan con la infraestructura de la fábrica que es propia, en la misma que existe la maquinaria que es la secadora, instrumentos y herramientas correspondientes que se utiliza para la elaboración de los productos alimenticios (frutas deshidratadas), y luego estos ser llevados a la comercialización nacional e internacional.

La provisión de la materia prima (frutas) es 100% nacional la realizan de las zonas cercanas a la parroquia como es de la ciudad de Ambato las cuales se someten a un sistema estandarizado de control que cada proveedor cumple.

La provisión de los empaques es 100% nacional y proviene de la compañía NEYPLEX ubicada en la ciudad de Quito, quienes tienen experiencia en elaborar empaques adecuados para alimentos cumpliendo todas las normas de seguridad.

2.2.4 RECURSO ECONÓMICO FINANCIERO FUGJS.

Los recursos financieros se encuentran bien estructurados, los mismos que presentan los balances semestralmente, con los cuales se controla el desarrollo financiero de la empresa.

Existe un contador que coteja diariamente información financiera, con el fin de poder realizar presupuestos ajustados lo más posible a la realidad de la empresa ayudando así a programar las ventas y los requerimientos que poseerá la empresa.

Capital de trabajo operativo.

Respecto al capital de trabajo operativo de la empresa se encuentran algunos rubros como son los sueldos del personal administrativo, personal de producción y personal de comercialización, también el pago de los servicios básicos. El mismo que suele variar en cuanto al rubro de los inventarios.

Activos, Pasivos y Patrimonio.

La empresa cuenta con algunos activos fijos, como son el galpón de la fábrica, la maquinaria, las oficinas, los equipos de cómputo, muebles, y suministros de oficina.

2.2.5 RECURSO MERCADOLÓGICO FUGJS.

La Fundación Grupo Juvenil Salinas realiza la comercialización de sus productos bajo la marca “El Salinerito” que cuenta con el reconocimiento a nivel nacional e internacional por la calidad de sus productos y que con el paso del tiempo ha logrado obtener su posicionamiento en el mercado e incluso reconocimientos por parte del gobierno.

La empresa cuenta con su agente de ventas que es el encargado de promocionar los productos tanto a nivel nacional e internacional, también posee su página web que es ***www.hongosorganicos.com*** en donde podemos encontrar la historia de la empresa, el detalle de los productos que ofrece, y los contactos.

Gráfico No. 4



Fuente: www.hongosorganicos.com

Elaborado por: FUGJS

La fábrica actualmente no se presenta en ferias: este trabajo lo realiza el CONA (Departamento de Comercialización Nacional), quien es el encargado de promocionar sus productos.

La Fundación cuenta también con estrategias de marketing tomando en cuenta las variables producto, plaza y promoción. Al igual que cuenta con estrategias de calidad las cuales proponen alternativas de desarrollo del producto para así llegar a posicionarse en nuevos mercados internacionales.

2.2.6 RECURSO TÉCNICO Y TECNOLÓGICO FUGJS.

La Fundación Grupo Juvenil Salinas actualmente cuenta con internet y las telecomunicaciones que nos permiten abaratar los costos de comunicación con proveedores, clientes y empresas. También cuentan con el programa contable que se llama DECISION WIN, pero no se trabaja en red, solo el contador es el que tiene en su máquina.

La fábrica de secado de frutas deshidratadas cuenta actualmente con siete cámaras de secado de dos coches de carga de producto cada una; cada coche dispone de 18 bandejas de 21x40 cm., es decir, un espacio de 84 cm². La temperatura es controlada digitalmente y va desde temperatura ambiente hasta los 120°C.

Además de las máquinas secadoras, que son el equipamiento clave de la fábrica, también cuenta con equipamiento básico. Tanto la maquinaria como el equipo básico tienen una antigüedad de 2 a 5 años.

Los productos que la empresa labora son orgánicos y cuentan con la certificación BCS y ORGANIC USDA, el Grupo Salinas cuenta con la Certificación de Comercio Justo, lo que les ha permitido penetrar a mercados como el italiano.

El producto cuenta con su respectivo registro sanitario, además de que se comercializa con la marca EL SALINERITO reconocida a nivel nacional e internacional.

Grafico No.5



Fuente: FUGJS.

Permisos y Licencias.

La Fábrica tiene sus respectivos permisos y licencias para el funcionamiento y venta de productos y estos son:

- Patente municipal
- Permiso de funcionamiento
- Licencia

2.3 ANÁLISIS FODA.

El análisis FODA es una herramienta que permite realizar un estudio de la situación actual de la empresa en su mercado y de las características internas de la misma, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Por consiguiente dicho diagnóstico es necesario para posteriormente formular las estrategias que se debe ejecutar para mejorar la gestión de la empresa y los productos que ofrece.

2.3.1 FORTALEZAS.

- Conocimiento y experiencia en el deshidratado de frutas.
- Disponibilidad de sello orgánico.
- Precios competitivos.
- Control de mano de obra y manufactura de los productos.
- Suficiente materia prima.
- Infraestructura propia y la maquinaria adecuada para la producción de frutas deshidratadas.

2.3.2 OPORTUNIDADES.

- Apoyo de ONGs.
- Apoyo de Gobierno Nacional a través de fondos de cofinanciamiento no reembolsable.
- Proveedores cercanos a la zona.
- Tendencia de mercado a consumir productos orgánicos y éticos en crecimiento.
- Demanda de productos deshidratados tanto en el mercado nacional como internacional.

- Acceso a nuevos mercados.

2.3.3 DEBILIDADES.

- Débil investigación y transferencia de tecnología para el mejoramiento de la calidad y elaboración de nuevos productos, así como para la determinación de precios.
- Calidad variada de las Materias Primas.
- No se dispone de una PlanificaciónEstratégica de la planta procesadora, que se elabore en consenso con el personal de la planta y los directivos de la FUGJS.
- No se cuenta con un laboratorio de análisis microbiológico en la planta procesadora.
- Deficiencia en la automatización de la planta, el sellado de los productos terminados es manual.
- Ausencia de publicidad de frutas deshidratadas.

2.3.4 AMENAZAS.

- Incremento de la competencia local y extranjera.
- Inestabilidad en la situación del país pone en riesgo la exportación.
- Los precios fluctúan según la oferta y la demanda.
- Ecuador es poco conocido como productor de frutas deshidratadas.
- Productos sustitutos.
- Falta de promoción de los productos no tradicionales en el país.
- Comercio desleal, precios de mercado más bajos.

2.4 ESTRATEGIAS FO, FA, DO, DA.

2.4.1 ESTRATEGIAS FO.

- Aprovechar el conocimiento y experiencia en el deshidratado de frutas para lograr el acceso a nuevos mercados.
- Utilizar los precios competitivos para aprovechar el acceso a nuevos mercados.
- Utilizar la suficiente materia prima para aprovechar la demanda de productos deshidratados tanto en el mercado nacional como internacional.
- Utilizar el control de la mano de obra y manufactura de productos para aprovechar la tendencia a consumir productos orgánicos y éticos en crecimiento.

2.4.2 ESTRATEGIAS FA.

- Aprovechar los precios competitivos para enfrentar el incremento de la competencia local y extranjera.
- Aprovechar la disponibilidad del sello orgánico para enfrentar el surgimiento de nuevas barreras arancelarias.
- Aprovechar la suficiente materia prima para enfrentar el incremento de la competencia local y extranjera.
- Aprovechar los precios competitivos para enfrentar los productos sustitutos.

2.4.3 ESTRATEGIA DO.

- Enfrentar la débil investigación y transferencia de tecnología para el mejoramiento de la calidad y para la elaboración de nuevos productos, así como para la determinación de precios, para aprovechar la demanda de productos deshidratados tanto en el mercado nacional como internacional.

- Enfrentar la calidad variada de las materias primas para aprovechar la tendencia a consumir productos orgánicos y éticos en crecimiento.
- Enfrentar la ausencia de publicidad para aprovechar el acceso a nuevos mercados.
- Enfrentar que no se cuenta con un laboratorio de análisis microbiológico en la planta procesadora para aprovechar la tendencia de mercados a consumir productos orgánicos y éticos en crecimiento.

2.4.4 ESTRATEGIAS DA.

- Superar la calidad variada de las materias primas para enfrentar los productos sustitutos.
- Superar la ausencia de publicidad para enfrentar el incremento de la competencia local y extranjera.
- Superar que no se dispone de una planificación estratégica de la planta procesadora, que se elabore en consenso con el personal de la planta y de los directivos de FUGJS para enfrentar el incremento de la competencia local y extranjera.
- Superar la ausencia de publicidad para enfrentar que Ecuador es poco conocido como productor de frutas deshidratadas.

2.5 CONCLUSIÓN DE LA SITUACIÓN DE LA FUGJS

La Fundación Grupo Juvenil Salinas, ha sido analizada tanto interna como externamente, identificando fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. En el diagnóstico interno se analizó los recursos funcionales de la empresa, en donde se pudo determinar que tiene fortalezas como son el conocimiento del deshidratado de frutas, el control de la mano de obra y manufactura en cuanto a la calidad, la

infraestructura adecuada para la producción, los precios de los productos son competitivos entre otras. Cuentan con el reconocimiento nacional e internacional de la marca “El Salinerito” ya que sus productos son comercializados con la misma, cuenta con maquinaria de punta para la elaboración de los productos con la calidad requerida por los clientes. En cuando a la administración de la empresa cuenta con el director ejecutivo que brinda estabilidad gerencial lo cual es muy beneficioso para cumplir con los objetivos propuestos.

Acerca de los factores externos existen variables externas a la empresa que afectan beneficiosamente como son los acuerdos comerciales uno de ellos es el apoyo de ONG, la globalización también nos beneficia al romper las barreras comerciales entre los países, el aspecto tecnológico como es el caso del internet es una oportunidad que nos beneficia ya que hoy en día es un medio de comunicación y nos permite abaratar costos de comunicación con proveedores, clientes y empresas, hablando de la provisión de materia prima tenemos la oportunidad de tener a los proveedores cercanos a la zona.

CAPITULO III

3. PROPUESTA: “PLAN DE EXPORTACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS EL SALINERITO, DIRIGIDO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - NEW YORK ,DURANTE EL PERIODO 2012 – 2013”.

3.1 FUNDAMENTO CIENTÍFICO.

3.1.1 HIPÓTESIS GENERAL.

La implementación de un plan de exportación de frutas deshidratadas El Salinerito para determinar la demanda insatisfecha hacia Estados Unidos - New York.

3.1.2 OBJETIVOS.

3.1.2.1 OBJETIVO GENERAL.

Crear un plan de exportación que satisfaga la demanda de frutas deshidratadas en el mercado Estado Unidos - New York.

3.1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Determinar el porcentaje de la demanda insatisfecha de frutas deshidratadas a Estados Unidos - New York y establecer en el mercado el producto ecuatoriano.
- Determinar la capacidad económica y productiva de la empresa
- Determinar las bondades o inconvenientes en el comercio Internacional.
- Definir quiénes son los potenciales compradores de nuestro producto, para contribuir con el incremento de la rentabilidad de la empresa.

- Aumentar la capacidad exportadora del país con el plan de exportación de frutas deshidratadas.

3.1.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

La investigación constara de la aplicación de los métodos de investigación de tipo exploratorio, inductivo - deductivo teniendo en consideración que:

En la **investigación exploratoria** se hará uso de datos secundarios externos originados por el Banco Central del Ecuador, el instituto de Promoción de Exportaciones, SENAE (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador), el INEN, el Ministerio de Industrias y Competitividad y los organismos pertinentes que provean de información para entender los factores que intervienen en un proceso de exportación del producto a ser analizado.

El **método deductivo** permitirá generalizar los requerimientos del mercado estadounidense.

El **método inductivo** se aplicara para determinar el comportamiento del consumo de las frutas deshidratadas.

3.1.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo constara de las siguientes técnicas de investigación:

- Observación y entrevista a los productores de las frutas deshidratadas en la parroquia Salinas perteneciente a la ciudad de Guaranda.
- Estadística del consumo de productos sustitutos verificables en el mercado local.
- Proyecciones de ventas y/o exportación de las frutas deshidratadas.

- Revisión de bibliografía donde recopilaremos datos existentes en forma documental, ya sea de libros, textos o de cualquier otro documento acerca de tramites de exportación y demás requerimientos legales.
- Investigación electrónica (internet), se buscara información respecto a la situación del país al cual se va a exportar el producto, además de los requerimientos legales y de calidad.

3.2 FUNDACIÓN GRUPO JUVENIL SALINAS.

3.2.1 PRODUCTOS.

La Fundación Grupo Juvenil Salinas comercializa algunos productos entre estos las frutas deshidratadas, hongos secos, sazónador de carne (hongos pulverizados) y sopa de vegetales (mix de verduras deshidratadas y pre cocidas), mismos que son acogidos en la fábrica de conservas y alimentos, para ser procesados y comercializados casi en forma inmediata.

A continuación un detalle de las especificaciones:

Gráfico No. 6



Fuente: www.hongosorganicos.com

3.2.2 MIX DE FRUTAS DESHIDRATADAS.

Las frutas deshidratadas son muy apreciadas en el mercado por sus propiedades nutricionales, por esta razón se propone la idea de realizar su exportación.

3.2.2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.

La **fruta deshidratada** es un producto que se obtiene del secado realizado a diversas frutas especiales, propensas a este proceso. Se llega a reducir el contenido de humedad en el cuerpo de la misma hasta llegar a un 20% del peso. Este proceso de deshidratación tiene dos finalidades que son: 1) aumentar sus posibilidades de preservación 2) reforzar el sabor de las frutas sometidas a este procedimiento. Se las puede considerar como un simple aperitivo, o incluso como una fuente de energía y nutrientes para el cuerpo humano, en algunas cocinas del mundo las suelen emplear como ingredientes en la elaboración de algunos platos

3.2.2.2 VALOR NUTRICIONAL.

La siguiente tabla muestra la cantidad en gramos de cada elemento nutricional para 100gr del alimento correspondiente, a excepción del calcio y el hierro que muestran el valor en mg.

Cuadro No. 7

ALIMENTO	CALORIAS	CARBOHIDRATOS	PROTEINAS	GRASAS	CALCIO	HIERRO
Banana	85	22.2	1.1	0.2	10mg	0.5mg
Manzana	58	15.2	0.3	0.3	6mg	0.3mg
Papaya	35.01	15.1	0.5	0.09	21mg	0.42mg
Piña	50.76	14.3	0.44	0.4	14,5mg	0.41mg

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora.

3.2.2.3 BENEFICIOS DEL PRODUCTO.

En general constituyen una opción natural para disminuir el riesgo de enfermedades cardíacas, controlar el nivel de colesterol en la sangre, aportar calorías a la dieta de personas que poseen necesidades extraordinarias, evitar el estreñimiento y hasta proporcionar el buen estado de la piel y del sistema inmunológico.

Al deshidratar las frutas se concentran todos los nutrientes que están en su interior: proteínas, hidratos de carbono, vitaminas, sales minerales y fibras, de allí que sean beneficiosas para aumentar la carga calórica y reponer los electrolitos: sodio y potasio, sin mayor aporte de grasa.

Al no tener agua resultan ideales para ser consumida en las dietas donde los líquidos están restringidos, como en el caso de pacientes con insuficiencia renal o cardíaca; y son recomendadas en los planes nutricionales diseñados para personas con anorexia o falta de apetito, ya que son de tamaño reducido pero cubren muchos de los requerimientos nutricionales diarios. Adicionalmente, tienen alta cantidad de pectina, fibras solubles que mejoran el tránsito intestinal.

3.2.2.4 EMPAQUE.

Los empaques para alimentos protegen el producto de cualquier tipo de deterioro, sea de naturaleza química, microbiológica, biológica o física, durante el almacenamiento, distribución, transporte, venta y conservación en el hogar. Estos empaques son fundas de polipropileno bio-orientado laminadas con polipropileno mono-orientado impresos en presentaciones de 50g de peso neto.

Las características necesarias de los materiales son:

- Inocuidad: los materiales del empaque no deben transmitir al contenido ninguna sustancia extraña que posibilite daño a la salud del consumidor o que modifique las características de las frutas deshidratadas.

- Los empaque deben ser resistentes a la ruptura, al desgarre, tener propia elasticidad y solidez y ser estables a los cambios de temperatura.
- Impermeabilidad: supone la resistencia al paso de agua, vapor de agua, gases, aromas, grasas y luz. Se selecciona un empaque de acuerdo con la susceptibilidad de las frutas deshidratadas y en función del periodo deseado de conservación.

3.2.2.5 EMBALAJE.

Cartones corrugados con 100 unidades de fundas de polipropileno bio-orientado envasadas en 50g.

3.2.2.6 EL PRODUCTO PARA LA EXPORTACIÓN.

Para realizar el proceso de exportación es importante conocer la percepción del mercado, ya que el proceso se realiza por medio de cadenas de markets, tiendas de productos naturales, etc. Se va a efectuar entrevistas a los contactos, que son los principales distribuidores de productos naturales, en este caso lo será de las frutas deshidratadas; quienes son los mismos que nos proporcionarán información sobre la noción del cliente en nuestro mercado meta. Una vez conocidas estas características la Empresa tiene una guía para acoplar al producto según el mercado.

Las regulaciones del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) establecen diferentes opciones de etiquetado para productos procesados dependiendo de la proporción de ingredientes orgánicos. Las categorías establecidas incluyen:

- 100% orgánicos: Deben contener (por su peso o volumen del líquido excluyendo agua y sal) ingredientes producidos 100% orgánicamente.
- Orgánicos: deben contener (por su peso o volumen del líquido excluyendo agua y sal), no menos de un 95% de productos agrícolas crudos o procesados producidos orgánicamente.

- Elaborados con el nombre del ingrediente orgánico: deben contener (por su peso o volumen del líquido excluyendo agua y sal) por lo menos el 70% de ingredientes producidos orgánicamente. Anteriormente para este grupo se establecía un porcentaje mínimo de ingredientes orgánicos del 50%.

Tanto los productos 100% orgánicos como los orgánicos, podrán llevar el sello de USDA, logotipo u otra marca de identificación del agente certificador quien certifica la operación de producción o de manejo, siempre que tales sellos no se muestren individualmente con mayor prominencia que la del sello de USDA y que la empresa que produjo el producto terminado mantenga record de conformidad con esta parte, certificando la certificación orgánica de las operaciones que produjeron los ingredientes.

3.2.2.7 NOMBRE DE LA MARCA.

La empresa ha desarrollado su producto con el nombre de: Mix de Frutas Deshidratadas El Salinerito.

Gráfico No. 7



Fuente: FUGJS

3.3 ESTUDIO DE MERCADO.

3.3.1 OFERTA.

Actualmente en el país existen algunas empresas productoras comercializadoras y exportadoras de frutas deshidratadas, ubicadas en las ciudades de Quito, Guayaquil, Ambato quienes abastecen de este producto al mercado nacional e internacional. Algunas de estas empresas son:

Cuadro No. 8
Empresas productoras de frutas deshidratadas

EMPRESA	UBICACIÓN
Fruttimania	Quito
Biolcom	Puembo, Quito
IsabelleFruits	Guayaquil
Confoco S.A	Quito
B2B Ecuador S.A	Samborondon, Guayas
Extractos Andinos C.A	Quito

Fuente: <http://www.ec.all.biz>

Elaborado por: La autora

3.3.2 ESTIMACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA POTENCIAL.

Demanda de mezcla frutas deshidratadas en el mercado de Estados Unidos de América.

El monto de las importaciones de la mezcla de frutas deshidratadas desde los Estados Unidos de América representa el 2.49% del total de las importaciones mundiales. El mercado norteamericano está en el ranking 12 de los países consumidores de este producto. En el año 2011 las importaciones accedieron a USD 6.6 millones por un volumen en toneladas de 896/t. el valor promedio de las importaciones fue de USD 7659/ton. Durante el periodo 2007 – 2011 el crecimiento

anual en valor USD fue de un negativo -2% y en cantidad de -29% durante el mismo periodo. Sin embargo en el periodo los años 2010 – 2011 el crecimiento en el valor USD fue de 16% revirtiendo la tendencia del periodo de los cinco años analizado. Las exportaciones mundiales de estos productos evidenciaron una tasa positiva de crecimiento equivalente al 6% en el último año analizado.

Cuadro No. 9

Principales proveedores de frutas deshidratadas al mercado de EEUU

PAIS PROVEEDOR	MONTO EN USD	PARTICIPACION EN LAS IMPORTACIONES %	CRECIMIENTO EN VALOR 2007 - 2011 p. anual %	CRECIMIENTO EN VALOR 2010 - 2011
NUEVA ZELANDA	\$ 3.320.000,00	49	6	0
CANADA	\$ 1.432.000,00	21.5	114	420
CHINA	\$ 1.011.000,00	15.2	-12	-22
BRASIL	\$ 275.000,00	4.1	152	-14
COSTA RICA	\$ 158.000,00	2.4		464
CHILE	\$ 132.000,00	2		371
TAILANDIA	\$ 56.000,00	0.8	-12	-49

Fuente: TradeMap. CCI

La concentración de la oferta de la mezcla de frutas deshidratadas a Estados Unidos de América es menos concentrada aun cuando la participación de Nueva Zelanda sigue siendo importantísima, seguida a larga distancia por Canadá y China y a una mayor distancia por países latinoamericanos como Brasil, Costa Rica y Chile. En el último periodo de dos años parte de la producción de China ha sido reemplazada por Costa Rica y Chile, lo que demuestra que Latinoamérica puede encontrar un importante nicho en ese mercado.

Cuadro No. 10
Importaciones de frutas deshidratadas de Estados Unidos 2009 – 2011 USD
miles (000)

EXPORTADORES	VALOR IMPORTACIONES 2009	VALOR IMPORTACIONES 2010	VALOR IMPORTACIONES 2011
MUNDO	5595	5714	6656
NUEVA ZELANDA	2897	3313	3320
CANADA	3	275	1432
CHINA	1853	1292	1011
BRASIL	160	319	275
COSTA RICA	45	28	158
CHILE	0	28	132
THAILANDIA	103	110	56
ALEMANIA	158	44	47
LIBANO	88	69	43
FILIPINAS	3	2	29

Fuente: TradeMap.

3.3.3 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN.

A través de un análisis vía internet se pudo obtener la base de algunos contactos de las empresas importadoras en New York – Estados Unidos, de productos orgánicos como el mix de frutas deshidratadas.

- Bedemco Inc.
- BestFresh Produce, Inc.
- Della Natura Commodities.
- FoodIngredientSolutions, LLC
- Hain Celestial Group.
- HartogFoods Inc.
- IngredienTrade.
- RFI Ingredients.

- Tierra Farm.
- WholeFoods
- OXXO
- WalMart.
- Wild Oats.

3.3.4 ELECCIÓN DE LA EMPRESA CONTRAPARTE.

Se realizó contacto vía e-mails con las empresas importadoras de New York, mismas que estuvieron dispuestas a negociar, a continuación se presentan los términos.

Cuadro No. 11
Parámetros de negociación

EMPRESA	TERMINOS DE NEGOCIACION	CANTIDAD MINIMA REQUERIDA	FORMA DE PAGO
Bedemco, Inc	FOB	1000 KG	CC
BestFresh Produce, Inc	CIF	500 KG	CC
Della Natura Commodities	FOB	1000 KG	CC
FoodIngredientSolutions, LLC	FOB	1000 KG	CC
Hain Celestial Group	CIF	500 KG	CC
HartogFoodsInc	CIF	1000 KG	CC
IngredienTrade	CIF	1000 KG	CC
RFI Ingredients	FOB	1000 KG	CC
Tierra Farm	CIF	500 KG	CC
WholeFood	FOB	1000 KG	CC
OXXO	FOB	500 KG	CC
WalMart	FOB	1000 KG	CC
Wild Oats	FOB	1000 KG	CC

Fuente: Directorio de distribuidores de productos orgánicos y comercio equitativo.
Elaborado por: La Autora.

Para la elección de la empresa con la cual se realizaran las negociaciones se ha tenido en cuenta a las que pueden negociar en términos FOB, prestaran facilidades a la empresa en cuanto al traslado del producto, solo hasta el puerto y librería de

responsabilidades a la misma y se preferirá además a las empresas que manejen la carta de crédito como forma de pago:

Cuadro No.12
Empresas seleccionadas

EMPRESA	TERMINOS DE NEGOCIACION	CANTIDAD MINIMA REQUERIDA	FORMA DE PAGO
Bedemco, Inc	FOB	1000 KG	CC
Della Natura Commodities	FOB	1000 KG	CC
FoodIngredientSolutions, LLC	FOB	1000 KG	CC
RFI Ingredients	FOB	1000 KG	CC
WholeFood	FOB	1000 KG	CC
WalMart	FOB	1000 KG	CC
Wild Oats	FOB	1000 KG	CC

Fuente: Directorio de distribuidores de productos orgánicos y comercio equitativo.

Elaborado por: La Autora.

Como se puede observar en el cuadro anterior se tienen 7 empresas con las que se pueden negociar, dado que manejan términos FOB y facilitan la forma de pago con la carta de crédito, es decir que se podrá elegir a que empresa vender el producto.

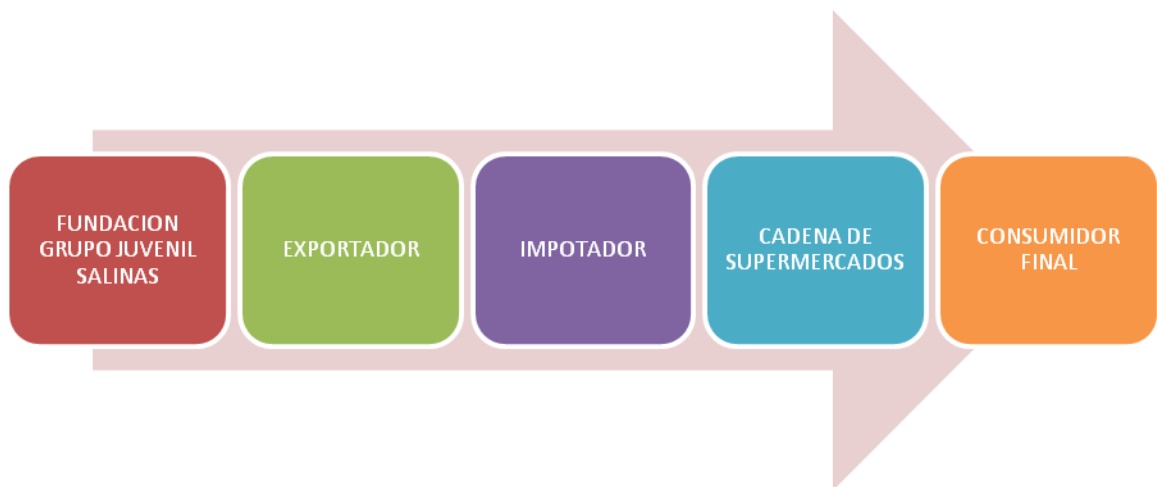
Los administrativos de la fundación creen que es conveniente exportar como máximo una tonelada mensual de producto, por lo que se resolvió negociar con WAL MART. La fábrica está dispuesta a adquirir el producto siempre y cuando la funda de 50g tenga un valor máximo de 1,28 dólares en términos FOB.

3.3.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Es el que va desde el vendedor, en este caso nosotros, omitiendo a los intermediarios y se introduce en el mercado de compradores mayoristas de supermercados, que son nuestros importadores.

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal. La estructuración de los diferentes canales será la siguiente:

Gráfico No. 8
Canal de distribución elegido



Elaborado: La Autora

3.3.6 ANÁLISIS DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN ELEGIDO.

Dentro del mercado estadounidense existe uno de los supermercados más grandes de New York que es el “WAL MART”, su objetivo es poder llevarles a los consumidores los productos hacia sus hogares al precio más bajo del mercado.

Una de las características que ha distinguido siempre a la Corporación de Supermercados es la innovación, cuyo fin es contribuir con la economía familiar de cada hogar.

También se caracteriza por una operación muy sencilla, eficiente y ahorrativa y cuenta con las mejores marcas líderes nacionales y privadas que cubren eficientemente las necesidades básicas de la familia, dentro de un ambiente agradable y digno pero austero en consecuencia con nuestra filosofía de costos bajos de operación, para poder ofrecer siempre precios bajos.

Gráfico No. 9
Supermercados “WalMart”



Fuente: www.walmart.com
Elaborado por: La Autora

3.4 ESTUDIO TÉCNICO.

3.4.1 MAQUINARIA Y EQUIPO.

A continuación se detalla la maquinaria necesaria para la producción del mix frutas deshidratadas, teniendo en cuenta la producción de una tonelada mensual.

- Mesa de acero inoxidable (selección de la fruta).
- Lavandería.
- Cuchillos (pelado, corte y rebanado de la fruta).
- Bandejas de acero inoxidable.
- Cámaras de secado (2 cámaras).
- Mesa de enfriamiento.
- Balanza.
- Empaques.
- Combustible.

3.4.2 PERSONAL.

Para el óptimo funcionamiento de la fábrica de conservas y alimentos, se cuenta con 6 personas.

El personal de la fábrica ha sido capacitado para el manejo de la maquinaria y forma de trabajo, y también conocen de la filosofía de la misma. El personal es el siguiente:

Administrativo.

- Gerente.

Fábrica.

- 5 Operadores.
- 1 Técnico.

3.4.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.

La capacidad de la fábrica de secado de frutas, puesta en operación al 100% está planificada para 2400 kilos mensualmente (cifra estimada a partir de la capacidad técnica máxima de las maquinas secadoras).

La fábrica trabaja 8 horas diarias, de lunes a viernes su capacidad viable obtenida con parámetros de producción es de 120 kilos diarios, 600 kilos semanales, 2400 kilos mensuales, 28800 kilos anuales.

Para cumplir con la exportación de 1 Tonelada de mix de frutas deshidratadas mensuales, se producirán 200 fundas de 50gr. cada una de mix de frutas deshidratadas, es decir un total de 1000 kilos mensuales, 250 kilos semanales, 50 kilos diarios.

3.4.4 MATERIA PRIMA.

La materia prima que se utilizara en el proceso de la obtención del mix de frutas deshidratadas, debe cumplir con algunas especificaciones o requerimientos, cabe recalcar que la misma es proveniente de zonas cercanas a la fábrica como es Ambato.

- Las frutas deben provenir de plantas que no tengan ningún tipo de enfermedad que las afecte.
- Ausencia de ataques de insectos y estado de madurez óptimo.

3.4.5 MATERIALES DIRECTOS.

A continuación se detallan los insumos que se requiere para la producción de 20000 fundas mix de frutas deshidratadas de 50gr cada una, que se requiere para producir 1000000gr. de fruta deshidratada.

Cuadro No. 13

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Fundas 50g	20000	0,11 ctv.	2200,00 USD
Cartones para fundas de 50g	200	0,8 ctv.	160,00 USD
Cintas de embalaje	25	0,64 ctv	16,00 USD

Fuente: FUGJS

Elaborado por: La autora

Los proveedores de los empaques para los productos es la compañía NEYPLEX, ubicada en la ciudad de Quito, quienes tienen experiencia en elaborar empaques adecuados para alimentos cumpliendo con todas las normas de seguridad.

3.4.6 INGENIERÍA.

Aquí se muestra los diagramas de procesos para transformar la materia prima en el producto terminado como es el flujo de deshidratación de frutas y el flujo de elaboración del mix de frutas listo para la comercialización en forma narrativa:

El mix de Frutas Deshidratadas dispone de un PROCESO DE DOS ETAPAS que involucraría una primera para la deshidratación de las frutas, y una segunda para la conformación del mix de Frutas como tal.

Primera etapa

Deshidratación de frutas

Recepción de materia prima.- La recepción de materia prima principal se la realiza en el área de recepción de la Planta, efectuando un proceso de selección y limpieza,

determinando desde lo técnico sus características de llegada: peso, estado, impurezas etc.

Acorde la fórmula establecida para la elaboración del mix de Frutas, se requiere de las siguientes frutas como materia prima:

- **Papaya:**

Gráfico No. 10



Fuente: FUGJS

La papaya es una de las frutas tropicales con más propiedades medicinales, que unido a su delicioso sabor hacen que esta sea, muy popular y apreciada, tiene tantas propiedades que los nativos de Costa Rica y México la conocen como la fruta del árbol de la buena salud.

Tiene una forma ovalada, piel amarillenta, semillas negras y una pulpa o carne rojiza.

La papaya es gran amiga de la piel ya que ayuda a limpiarla por dentro, el jugo puede quitar las manchas de la piel y mejorar los eczemas.

La papaya es la fruta ideal si se quiere hacer dieta ya que es baja en calorías y rica en nutrientes.

- **Banano:**

Gráfico No. 11



El plátano es el cuarto cultivo de frutas más importante del mundo. Los países latinoamericanos y del Caribe producen el grueso de los plátanos que entran en el comercio internacional. Es considerado el principal cultivo de las regiones húmedas y cálidas.

Se puede encontrar esta deliciosa y nutritiva fruta en el mercado durante todo el año, tiene forma oblonga, alargada y algo curvada, la piel puede ser de color amarillo verdoso, el plátano macho tiene una piel gruesa y verdosa, y su pulpa es blanca.

Destaca su contenido de hidratos de carbono, por lo que su valor calórico es elevado. Esta fruta dulce, sabrosa y fácil de comer; basta con pelarla para apreciar su exquisito sabor. Es la más popular entre la población infantil. Por sus propiedades nutritivas, su consumo es muy recomendable para los niños, los jóvenes, los adultos, los deportistas, las mujeres embarazadas o madres lactantes y las personas mayores.

Es una fruta que tiene cabida en casi todas las dietas, incluidas las de diabetes y adelgazamiento.

- **Piña:**

Gráfico No. 12



Fuente: FUGJS

Nombre científico: *AnanasComosus*. La Piña es una fruta tropical originaria de Brasil. Los indígenas la llamaban Ananas, que significa “fruta excelente”. La piña es una fruta de la familia de las Bromeliáceas, son plantas herbáceas, que necesitan de un clima tropical para crecer en su estado óptimo y además debe madurar en el árbol, sino está ácida y no madura fuera.

- **Manzana:**

Gráfico No. 13



Fuente: FUGJS

vitagenes

Es uno de los frutos más populares y disponible durante todo el año. Se le atribuyen muchas propiedades curativas, aparte de su reconocido poder diurético. Son muchas las variedades existentes en el mercado y su precio muy atractivo, son ricas en pectina (buen aliada contra el colesterol y la diabetes), aminoácidos, ácidos, azúcares, fibras. Las mejores manzanas son las que están duras y no tienen partes blandas. Evite las que están descoloridas dentro de cada variedad.

Punto Crítico de Control.-Al momento de la recepción hay que revisar que las frutas empleadas como materia prima, ya sea piña, banano, manzana o papaya, tengan las siguientes características básicas:

- Estar las frutas enteras, no troceadas o parciales.
- Estar libres de golpes o cortes.
- Estar sanas, libres de ataques de insectos y/o enfermedades.
- Libres de humedad externa anormal, libres de mal olor, y/o sabor extraño.
- Presentar aspecto fresco y de consistencia firme.

Pelado.-Se pela la fruta con cuidado, intentando reducir el desperdicio al mínimo pero retirando correctamente la corteza o cáscara. Inmediatamente se le sumerge en agua de desinfección (400ppm² de cloro), además en el caso de la manzana y banano se sugiere hacerlo también en solución de ácido ascórbico para evitar el empardeamiento³, la solución debe estar en mínimo 250ppm de ácido ascórbico.

Corte y rebanado.- Se realiza cortando o rebanando la fruta en rebanadas de 0.2-0.5 cm aproximadamente.

Punto Crítico de Control.-El rebanado se lo debe realizar en una medida de 0.2 a 0.5 cm es decir 20 a 50 milímetros esto lo podemos controlar con un calibrador o pie de rey, con esto logramos un secado más homogéneo y más rápido.

Piña.- Las rodajas de piña se cortan en cuatro partes:

Gráfico No.14



Fuente: FUGJS

Banano.- El banano se corta en rodajas, siendo esta la mejor y más rápida manera.

Gráfico No. 15

² ppm.- significa partes por millón, en relación con el peso sería por cada kilogramo (1`000.000 miligramos) el mismo que tiene un millón de miligramos sería el valor en este caso de 400 miligramos por cada kilo o litro de agua.

³Empardeamiento.- Oscurecimiento en la pulpa de la fruta por acción de la oxidación de las enzimas oxidasas propias de la fruta en contacto con el oxígeno



Fuente: FUGJS.

Manzana.- La manzana se corta también en rodajas, y sacada la corteza.

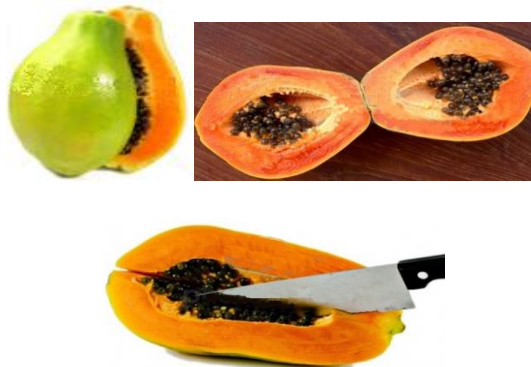
Gráfico No. 16



Fuente: FUGJS

Papaya.- La papaya que se utiliza generalmente es de la variedad hawaiana, y se la corta en rodajas en dos partes.

Gráfico No. 17



Fuente: FUGJS

Desinfección e inmersión en antioxidante.- Se sumerge en una solución de ácido ascórbico de 200-400ppm de cloro si es para desinfección y de ácido ascórbico si es para evitar empardeamiento.

Colocación en bandejas y secado.- Se coloca en las bandejas de secado, limpiando previamente éstas con agua clorada (deben secarse bien antes de emplearse). La colocación se realiza esparciendo los cortes sin montar unos sobre

otros, deben guardar espacio entre unos y otros para que el secado sea lo más homogéneo posible.

Gráfico No. 18



Fuente: FUGJS

Determinación de la humedad final.- Se va monitoreando cada dos o tres horas de ser posible el secado, hasta que la determinación final de humedad de las frutas alcance la medida óptima de entre 8 y 10 %. Con los datos es muy importante obtener una curva de secado la que nos ayudará para determinar y optimizar, tiempos y temperaturas por producto.

Punto Crítico de Control.- Hay que revisar la humedad final luego de aproximadamente 8 horas de secado, para la muestra que va a ser determinada se debe sacar muestras representativas tomando de las bandejas de arriba, centro y abajo del secadero, y las muestras se deben tomar del centro de la bandeja

Para la toma de humedad el equipo debe estar en:

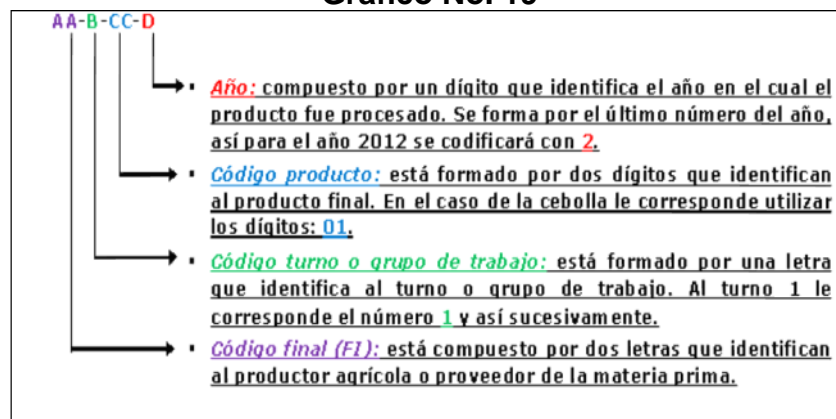
- Temperatura de 100°C
- Tiempo de 7 minutos
- Cantidad de 5 gramos de producto
- Dejar que automáticamente se determine la humedad

Envasado.- Se envasa en un recipiente o empaque hermético que evite contaminaciones de olores y humedades no deseadas, se rotula para saber el tipo de producto, la fecha de producción, la humedad final y el peso final del producto.

Punto Crítico de Control. Hay que revisar que el envasado sea en fundas adecuadas y limpias libres de humedad, el envasado se debe realizar en un ambiente seco y fresco, y rotular con los datos pertinentes de fecha de elaboración lote, fecha de caducidad, tipo de producto, etc.

Trazabilidad.- Para realizar una trazabilidad es necesario tener un lote que se haya codificado haciendo posible que se pueda rastrear:

Gráfico No. 19



Fuente: FUGJS.

Sellado.- Se sella herméticamente el producto cuidando fugas de producto o ingreso de humedad.

Almacenamiento.- Se almacena en un lugar apropiado, fresco, seco con palets y que no esté arrimado a la pared, el lugar debe ser solo de frutas deshidratadas, es decir, se debe almacenar en un lugar específico y rotulado.

SEGUNDA ETAPA

Elaboración del mix de frutas

La elaboración del mix de Frutas se realiza con la combinación de las frutas deshidratadas disponibles en la misma Planta según el proceso anteriormente descrito.

Recepción de materia prima.- La recepción de materia prima se realiza dependiendo de cuanto se va a producir, en el caso de este plan de exportación se tomara en cuanta una producción de 1000 kilos.

Ingredientes del mix de frutas deshidratadas

Cuadro No. 14

PRODUCTO	RESULTADO
Piña	40%
Banano	20%
Manzana	20%
Papaya	20%
TOTAL	100%

Fuente: FUGJS.

Elaborado: FUGJS

Punto Crítico de Control.- La materia prima debe estar exenta de materia extraña, con olor y sabor característico, no debe presentar coloración oscura o quemada.

Piña.- La piña se utilizará la variedad hawaiana por contener más cantidad de sólidos solubles y un color agradable, la humedad máxima de la piña es de 10%, debe estar exentos de material y partículas extrañas y con olor, color y sabor característicos.

Banano.- El banano se debe deshidratar en un estado pintón para que el color y sabor sea apetecido, debe tener máximo 10% de humedad.

Manzana.- La manzana debe estar con color y sabor aceptable, y no debe sobrepasar el 10% de humedad.

Papaya.- La papaya recomendable a utilizar es de la variedad hawaiana, por versatilidad y manejo, y debe tener máximo 10% de humedad.

Determinación de la humedad.- La humedad final debe de estar entre 8-10% máximo de humedad.

Punto Crítico de Control.- Hay que comprobar la humedad de la materia prima la misma que debe estar con máximo 10% de humedad

Para la toma de humedad el equipo debe estar en:

- Temperatura de 100°C
- Tiempo de 7 minutos
- Cantidad de 5 gramos de producto
- Dejar que automáticamente determine la humedad

Selección de frutas deshidratadas.- Se debe realizar una selección de las frutas deshidratadas antes del envasado separando las deformes, las picadas, oscuras, quemadas, material extraño, etc.

Pesado de ingredientes.- Se pesa los producto de acuerdo a la tabla de formulación para proceder a realizar el MIX, y envasar lo más homogéneo posible.

Punto Crítico de Control.- Hay que comprobar el peso final con la orden de producción para verificación de un MIX correcto.

Control del producto terminado.- Se comprueba la humedad final del MIX antes de envasar, tomando en cuenta que la humedad debe ser un máximo del 10%.

Para la toma de humedad el equipo debe estar en:

- Temperatura de 100°C
- Tiempo de 7 minutos

- Cantidad de 5 gramos de producto
- Dejar que automáticamente determine la humedad

Envasado.- Se envasa en recipientes adecuados, fundas bio-orientadas de polipropileno para grado alimenticio.

Punto Crítico de Control.- En el envase hay que colocar el etiquetado respectivo cuidando que vaya la correcta información respectiva como: el lote, fecha de elaboración, fecha de caducidad, conservación del producto, PVP (si el caso amerita), etc.

Sellado.- Se sella herméticamente el producto cuidando fugas de producto o ingreso de humedad, para ser embalado en cartones corrugados con toda la información pertinente.

Gráfico No. 20

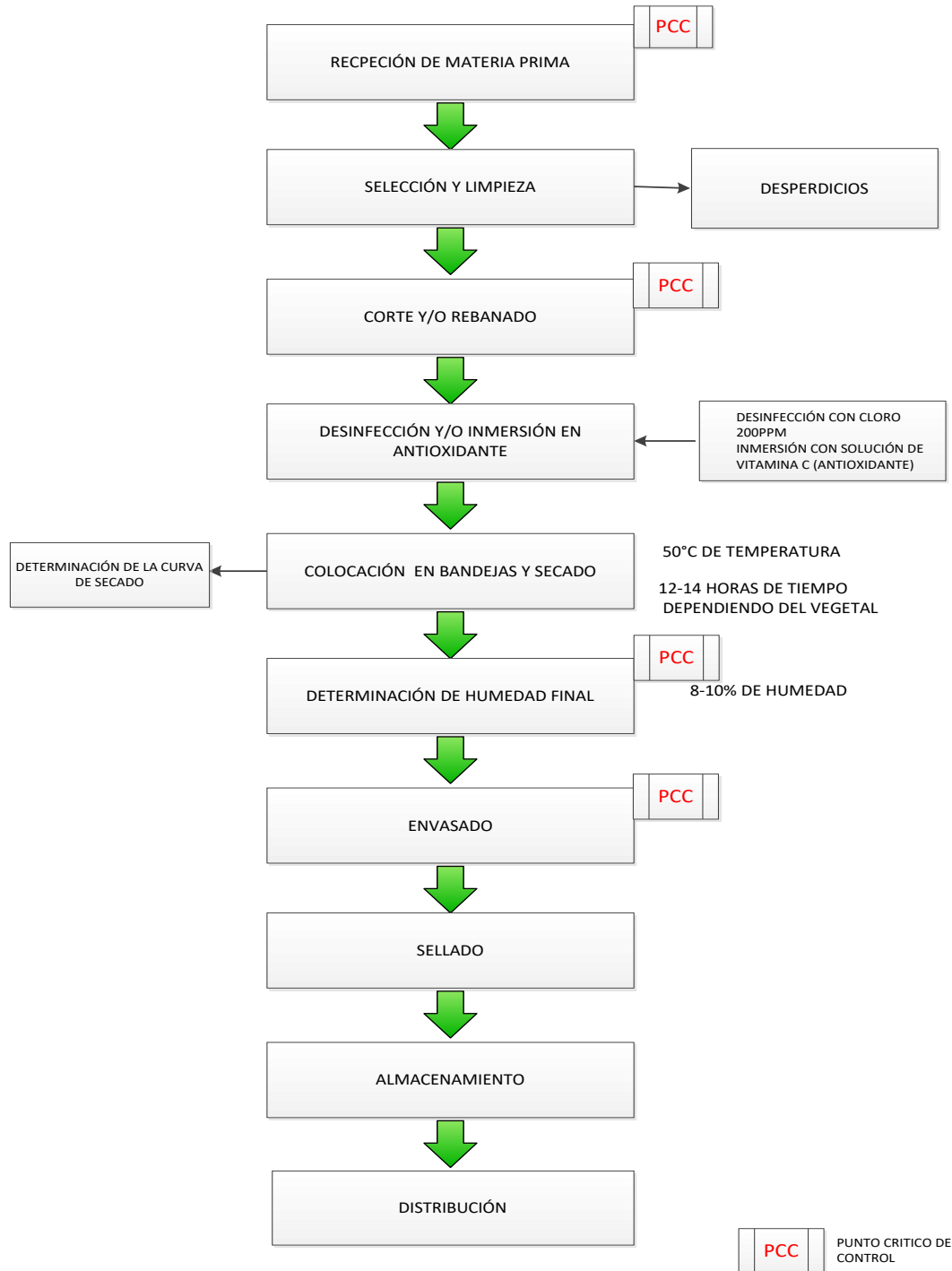


Fuente: FUGJS

Almacenamiento.- Se almacena en un lugar apropiado, fresco, seco con palets y que no esté arrimado a la pared, el lugar debe tener señalética y estar rotulado.

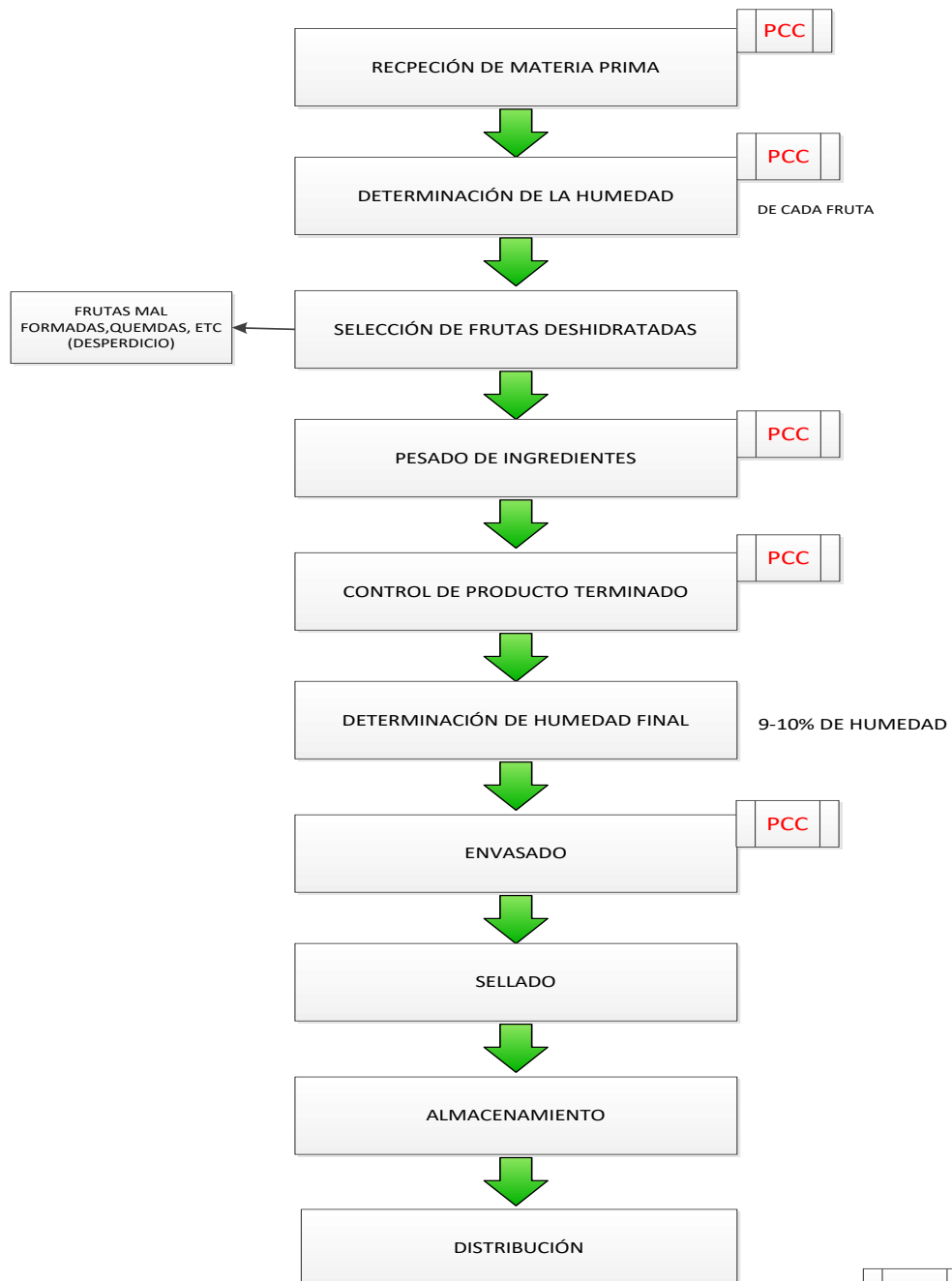
Distribución.- Se distribuye en vehículos libres de contaminantes, los vehículos deben estar limpios y los cartones deben estar con toda la identificación pertinente como es tipo de producto, peso neto, fecha de producción, estibaje correcto, etc.

Cuadro No. 15
Primera etapa: diagrama de flujo de deshidratación de frutas



Fuente: FUGJS

Cuadro No. 16
Segunda etapa: diagrama de flujo de elaboración de mix de frutas deshidratadas



Fuente: FUGJS.

3.5 PLAN DE EXPORTACIÓN.

3.5.1 REQUISITOS Y DOCUMENTOS PARA EXPORTAR.

3.5.1.1 REGISTRO COMO EXPORTADOR.

Para tener el registro como exportador ante la aduana se deberá gestionar previamente el RUC en el Servicio de Rentas Internas, una vez realizado este paso se deberá⁴:

- Registrar los datos ingresando en la página de la Aduana del Ecuador (www.aduana.gov.ec), en el link: OCES (Operadores de Comercio Exterior) menú: Registro de Datos y enviarlo electrónicamente.
- Llenar la solicitud de Concesión/Reinicio de claves que se encuentra en la misma página web y presentarla en cualquiera de las ventanillas de atención al usuario de SENA (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador), firmada por el exportador o representante legal de la compañía exportadora.
- Recibida la solicitud se convalida los datos enviados en el formulario electrónico, de lo existir novedades se acepta el registro inmediatamente.

3.5.1.2 DOCUMENTOS PARA EXPORTAR.

- **Registro Único de Contribuyente:** las personas naturales o jurídicas deben tener RUC debidamente actualizado en el SRI (Servicio de Rentas Internas), estar catalogados como exportadores en estado activo y con autorizaciones vigentes para: emitir facturas o comprobante de venta, y guías de remisión.

⁴<http://www.proecuador.gob.ec>

- **Conocimiento de embarque:** se utiliza para el transporte marítimo y es el título que representa la propiedad de la mercadería, además de ser la prueba del contrato de transporte y prueba de recibo de la mercadería a bordo. Los datos que contiene son:

Datos del cargador.

Datos de exportador.

Datos de consignatario.

Datos del importador.

Nombre del buque.

Puerto de carga y descarga.

Indica si el flete es pagadero en destino o en origen.

Importe del flete.

Marcas y números del contenedor o de los bultos.

Número del precinto.

Descripción de mercaderías, pesos bruto y neto, volumen y medidas.

Fecha de embarque.

Gráfico No. 21

Conocimiento de embarque.

Fecha		Conocimiento de embarque – Formulario resumido – No negociable		Página 1 de				
Enviar desde			Número de conocimiento de embarque:					
Nombre: Dirección: Ciudad/Estado/Código postal: N.º de Identificación de estación (SID):			Espacio para el código de barras					
Enviar a			Nombre de la empresa transportista:					
Nombre: Dirección: Ciudad/Estado/Código postal: N.º de Identificación de estación (SID):			Número de remolque: Número(s) de serie:					
Factura por los gastos de transportes de terceros a:			SPAC:					
Nombre: Dirección: Ciudad/Estado/Código postal:			Número PRO:					
			Espacio para el código de barras					
Instrucciones especiales:			Términos de los gastos de transporte: Prepago: Cobro: Terceros:					
Conocimiento de embarque principal con conocimientos de embarque subyacente incorporados.								
Información sobre el pedido del cliente								
N.º de pedido del cliente		Cantidad de bultos	Peso	Palet/Deslizamiento (marque uno)	Información adicional del exportador			
				S N				
				S N				
				S N				
Total definitivo								
Información de la empresa transportista								
Unidad de manejo		Bulto				Sólo envío inferior al camión completo (LTL)		
Cant.	Tipo	Cant.	Tipo	Peso	HM(X)	Descripción de los artículos	N.º de NMFC (Clasificación nacional para carga motorizada)	Clase
Se deben indicar los artículos que requieren cuidados adicionales o especiales o atención al manipularlos o al cargarlos y se los debe embalar de una manera que garantice su transporte seguro con los cuidados normales.								
Donde la tasa dependa del valor, se requiere que los exportadores determinen específicamente por escrito el valor acordado o declarado de la propiedad, de la siguiente forma: "El exportador determina específicamente que el valor acordado o declarado de la propiedad no excederá _____ por _____.						Monto de COD (Pago contra reembolso): \$ _____ Términos sin costo: Cobro ___, Prepago ___, Cliente del que se aceptan cheques _____.		
Nota: Puede ser aplicable la limitación de la responsabilidad por pérdida o daño de este envío.								

Fuente:www.aduana.gob.ec

- **Factura proforma:** generalmente se utilizan hojas con un membrete para confeccionarla; la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener con los siguientes:

Datos del exportador.

Nombre.

Dirección.

Teléfono.

Factura proforma No.

Fecha y lugar de emisión.

Datos del importador

Nombre.

Dirección.

Teléfono.

Cantidad y descripción de la mercadería, precio unitario, precio total.

Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el INCOTERM.

Plazo de validez.

Firma del exportador.

Nota: No es imprescindible cumplir con ningún tipo de formalidad establecida por SRI.

Gráfico No. 22

Factura proforma.

PROFORMA-INVOICE

No. 27112009-01

Date: 27.11.2009

page 1 of 1

Invoice To:		Ship To:				
Mrs Madalina Mortu Str. Secuilor nr. 10, bl. 34, sc. 1, et. 6 Bucuresti, sector 4 Romania		Mrs Madalina Mortu Str. Secuilor nr. 10, bl. 34, sc. 1, et. 6 Bucuresti, sector 4 Romania				
Our Order Number: 1	Reference / PO Number: by email	Shipping Terms: DDU	Ship Method:	Shipped Date:		
Our Order Contact: Klaus Hoch		Account No.: 11114	Payment Terms: in advance	Due Date: tbc		
Cochlear VAT Number: 927 384 692		Customer VAT No.: tbc				
Line	Part Number	Description	Qty.	Unit Price EUR	Line Total EUR	VAT
1		comments: Cochlear™ Nucleus® 5 System comprising of Nucleus 5 implant and Soundprocessor with 2 external packages	1	22,350.00	22,350.00	0 %
Comments						
			Sub-Total		22,350.00	
			VAT 0 %		0.00	
			Total EUR		22,350.00	
Bank Details						
Account Name:		Cochlear Europe Ltd.		Account No:	233-618986-70J	
Bank Name:		UBS AG		Sort No.:	233	
Bank Address:		Postfach, Basel, 4002		IBAN:	CH210023323361898670J	
				Bank Code:		
				BIC:	UBSWCHZH80A	

Fuente: www.aduana.gob.ec

- **Factura comercial:** Es emitida por el exportador, y contiene:
 - Los nombres del exportador e importador, con sus respectivas direcciones y datos.
 - Los detalles técnicos de la mercadería.
 - Fecha y lugar de emisión.
 - La unidad de medida.
 - Cantidad de unidades que se están facturando.
 - Precio unitario y total de la venta.
 - Moneda de venta.
 - Condición de venta.
 - Forma y plazos de pagos.
 - Peso bruto y neto.
 - Marca.
 - Numero de bultos que contiene la mercadería.
 - Medio de transporte.
 - Firma al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector en Comercio Exterior.

GráficoNo. 23

Factura comercial.

Factura Comercial

Exportador	Fecha	Numero de Orden de Compra
Destino Final	Orden de Compra Numero	Condiciones de Venta
Destinatario Intermdio	Numero de Factura Comercial	Numero de Factura Proforma
	Telephono del Destinario Final	Numero de Cuenta del Cliente
	Transportista	Puerto de Descarga
	Estado	Ultimo Destino
	Nombre del Contacto Exportador	Telephono del Exportador

Piezas	Codigo de Identificacion de la Mercancia	Descripcion de la Mercancia	Numero de Arancel Aduanero	Precio p/Unidad	Valor Total

Valor FOB	
Transporte Terrestre	
Cargas de Empaqua	
Cargas Consular	
Transporte Aereo/Maritimo	
Seguro	
Costos Otros	
Total	
	USD

Titulo _____

Firma Autorizada _____

Page of

This document created using Shipping Solutions Professional export software, www.shipsolutions.com.

Fuente: www.aduana.gob.ec

- **Carta de porte o Manifiesto de carga:** Es el documento más importante en la carga terrestre dado que cumple las mismas funciones que el conocimiento de embarque marítimo, es decir que concede la titularidad de la mercadería al poseedor del mismo; por lo general, este es emitido por la compañía de transporte terrestre, y en el figuran los siguientes datos:

Exportador.

Consignatario.

Importador.

Lugar y fecha de emisión.

Detalle de la carga: peso, cantidad, volumen, bultos, descripción.

Flete, si es pagado o pagadero en destino y monto.

Ruta y plazo del transporte.

Marcas y números.

Aduana de salida del país exportador y aduana de entrada del país importador.

Formalidades para el despacho de la mercadería.

Declaración del valor de la mercadería.

Documentos anexos. (copias de facturas, certificados, etc.)

De acuerdo a los requerimientos bancarios y de lo oportunamente acordado entre el exportador y el importador, los documentos originales de la mercadería pueden viajar con el medio de transporte o ser enviados por separado.

Gráfico No. 24

Carta de porte o Manifiesto de carga.

LOGO EMPRESA TRANSPORTADORA

MANIFIESTO DE CARGA

CODIGO REGIONAL	CODIGO DE EMPRESA	CODIGO NUMERICO CONSECUTIVO
-----------------	-------------------	-----------------------------

RESOLUCION HABILITACION 002090 DE Mayo 2001
Ministerio de Transporte

Resolución MINTRANSPORTE No. 000337 DE 19 de Abril de 2006
RANGOS AUTORIZADOS
del 425 - 0219 - 0006882 al 425 - 0319 - 0007590

FECHA EXPEDICIÓN

CIUDAD	DEPARTAMENTO
ORIGEN DEL VIAJE	

CIUDAD	DEPARTAMENTO
DESTINO FINAL DEL VIAJE	

DATOS DEL VEHICULO

PLACA	MARCA	LINEA	MODELO	MODELO REPOTENCIADO A	SERIE No.	COLOR	TIPO CARROCERIA
REGISTRO NACIONAL DE CARGA No.	CONFIG.	PESO VACIO	POLIZA SOAT No.		COMPANIA SOAT	VENCIMIENTO SOAT	R - PLACA SEMIREMOLQUE
PROPIETARIO		DOC. DE IDENTIFICACIÓN No.		DIRECCION		TELEFONO	CIUDAD
TENEDOR		DOC. DE IDENTIFICACIÓN No.		DIRECCION		TELEFONO	CIUDAD
CONDUCTOR		DOC. DE IDENTIFICACIÓN No.		DIRECCION		CAT. LICENCIA CONDUCCIÓN	CIUDAD

DATOS DE LA MERCANCIA TRANSPORTADA

NUMERO DE REMESA	UNIDADE DE MEDIDA	CANTIDAD	PESO	COD. DE NATURALZ	COD. DE EMPAQUE	COD. DE PRODUCTO	PRODUCTO TRANSPORTADO	REMITENTE	DESTINATARIO	DESTINO

DATOS DE LOS FLETES

VALOR TOTAL FLETE	\$	PAGO DE SALDO		SEGURO DE MERCANCIA	OBSERVACIONES
		LUGAR	FECHA(Conforme a la Ley)		
RETENCION EN LA FUENTE	\$	CARGUE PAGADO POR: (Conforme a la Ley)		COMPANIA DE SEGUROS Colseguros	*Cualquier diferencia entre la calidad cargada y la descarga que exceda la Tolerancia establecida para el producto transportado será descontado del valor neto a pagar.
OTROS DESCUENTOS DE LEY	\$	DESCARGUE PAGADO POR: (Conforme a la Ley)		POL. AUT. TRANSPORTE No. 34 - 219	
FLETE NETO	\$	COMPROBANTE DE ENGRESO		VIGENCIA DE LA POLIZA 01 - JULIO - 2007	
VALOR ANTICIPO	\$	VALOR TOTAL DEL FLETE EN LETRAS: (Conforme a la Ley)			
VALOR SOBREANTICIPO	\$				
OTROS DESCUENTOS	\$				
VALOR FALTANTE (SI APLICA)	\$				
NETO A PAGAR	\$				

FIRMA Y SELLOS AUTORIZADOS POR LA EMPRESA

FIRMA, CEDULA Y HUELLA PROPIETARIO Y/O CONDUCTOR

Fuente: www.aduana.gob.ec

- **Guía aérea:** este documento es esencial para los envíos aéreos, dado que es el que da la titularidad de la mercadería; es emitido por la compañía aérea, o en su defecto por su representante o freightforwarder (agente de carga), es el equivalente del conocimiento de embarque para cargas marítimas. Los datos fundamentales que contiene este documento son:

Exportador.

Nombre del destinatario.

Numero de vuelo y destino.

Aeropuerto de salida y llegada.

Detalles de la carga: peso, volumen, cantidad, tarifa y descripción.

Indicación de que el flete es pagadero en origen o en destino.

Importe del flete.

Numero de guía aérea.

Fecha de emisión.

Por lo general, al enviar la carga vía aérea y al emitirse la correspondiente guía que la ampara, junto con ella viajan los documentos de embarque que se originan con motivo de la misma, por ejemplo: factura comercial, certificado de origen, packinglist, etc.

Estos son entregados al importador en el país de destino junto con la guía aérea original.

Gráfico No. 25

Guía aérea.

**TRANSCARGA
INT'L AIRWAYS**

Edif. Torre Humbolt, Piso 9, Ofic. 9-09
Prados del Este, Caracas, Venezuela
Telfs.: (58-212) 975.09.61

**GUIA DE CARGA
INTRANSFERIBLE
NO NEGOCIABLE**

Rif.: J-30570380-9
Guía N°
y
Control N° **0469**

Ciudad:

Fecha:

REMITENTE – EXPEDIDOR			DESTINATARIO - CONSIGNATARIO		
Nombre:			Nombre:		
Dirección:			Dirección:		
Teléfonos:			Teléfonos:		
Ciudad:			Ciudad:		
C.I., Rif, o Pasaporte			Avisar a:		
Aeropuerto de Salida			Aeropuerto de Destino		
INFORMACION SOBRE EL EMBARQUE					
Tipo de Carga:			Dimensiones:		
Contenido:					
Dimensiones					
Instrucciones de Manejo					
Numero Piezas	Peso – Vol Total	Tarifa Aplicada	Peso Bruto	Total Flete Bolívares	Observaciones
CARGOS POR MANEJO DEL EMBARQUE			NOMBRE DEL REMITENTE		
Total por Flete		+	Firma:		
Manejo		+	C.I./Pasaporte		
Emisión de Guía		+	Nombre de la Persona, Destinatario o Consignatario que recibe:		
TOTAL		=			
IVA		+	C.I.		
Servicios en Rampa		+	Firma:		Fecha:
Otros Cargos		+	Observaciones:		
TOTAL A PAGAR		=			

Imprenta Cándia C.A. / Calle El Buen Pastor, Edif. Lura, P.B., Caracas.
Rif. J-30306218-0 / Resolución SAT/GTIR/96/E-960313064 del 15-03-96
N° control 001-500 / Fecha: 15/05/2001 / Región capital

ORIGINAL

Esta Factura va sin enmiendas
Solo el original genera crédito fiscal

Fuente: www.aduana.gob.ec

- **Lista de empaque – Packing list:** La finalidad de este documento es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

Datos del exportador.

Datos del importador.

Marcas y números de los bultos.

Lugar y fecha de emisión.

Modo de empaque.

Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.

Total de los pesos brutos y netos.

Tipo de embalaje.

Firma y sellos del exportador.

Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio exterior, dependiendo este factor de la naturaleza de las mercaderías.

Por lo general, se los solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.

Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.

Gráfico No. 26

Lista de empaque – Packinglist.

Packing List				
SHIPPER NAME AND ADDRESS			MARKS	
CONSIGNEE NAME AND ADDRESS				
			BOL / AIR WAYBILL NUMBER	
INVOICE NUMBER	INVOICE DATE		ORDER NUMBER	EXPORTING CARRIER
GROSS WEIGHT (kg)	NET WEIGHT (kg)	DIMENSIONS H x W x L	QUANTITY	DESCRIPTION

Fuente: www.aduana.gob.ec

3.5.2 CERTIFICADOS.

Las exportaciones de ciertos productos requieren un registro del exportador, autorizaciones previas o certificados entregados por diversas instituciones. Entre los certificados tenemos:

Certificados Sanitarios.

- Certificado Sanitario para las exportaciones de productos pesqueros en estado fresco y para frutas y hortalizas frescas, otorga el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izurieta Pérez para exportar a la Unión Europea.
- Certificados Fitosanitarios para exportar productos agrícolas en cualquiera de sus formas, se extiende a través del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA-MAGAP.
- Certificado Zoosanitario para la exportación de animales, productos y subproductos de origen animal, otorga el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA-MAGAP.
- Certificado Ictiosanitario para productos del mar y sus derivados, lo confiere el Instituto Nacional de Pesca – INP.

Certificados de origen.

- Para café en grano y soluble y para cacao y subproductos emite el MIC.
- Para los Productos acogidos al beneficio del SGP extiende el MIC.
- Para los países de ALADI y Grupo Andino, expide por delegación del MIC, las Cámaras de Industriales, Comercio, Pequeña Industria y FEDEXPOR.

Gráfico No. 28

Certificado de origen.

CERTIFICADO DE ORIGEN OTROS PAISES



FEDEXPOR
Calidad para el mundo ECUADOR

CERTIFICADO DE ORIGEN CERTIFICATE OF ORIGIN		A N° 003213												
<p>LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES - FEDEXPOR. CERTIFICA LAS MERCADERIAS. <i>The Ecuadorian Federation of Exporters FEDEXPOR. Certifies that the merchandises.</i></p> <p>DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. _____ Y FORMULARIO UNICO DE EXPORTACION No. _____</p> <p><i>Declared in Commercial Bill No.</i></p> <p>POR _____ <i>by</i></p> <p>EMBARCADOS EN _____ REPUBLICA DEL ECUADOR <i>Shipped at the port of</i></p> <p>EN EL TRANSPORTE _____ DE BANDERA _____ <i>On the vessel of flag</i></p> <p>CON DESTINO A _____ <i>bound for</i></p> <p>Y CONSIGNADOS A _____ PARA _____ <i>and consigned to for</i></p> <p>SON DE ORIGEN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR <i>are of Ecuadorian origin</i></p>														
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center; padding: 2px;">B U L T O S P A C K A G E S</th> <th style="text-align: center; padding: 2px;">A R T I C U L O S I T E M S</th> </tr> <tr> <th style="width: 25%; text-align: center; padding: 2px;">MARCAS MARKS</th> <th style="width: 25%; text-align: center; padding: 2px;">CANTIDAD QUANTITY</th> <th style="width: 25%; text-align: center; padding: 2px;">CLASE CLASS</th> <th style="width: 25%; text-align: center; padding: 2px;">DESIGNACION DE LAS MERCADERIAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 150px;"></td> <td></td> <td></td> <td style="vertical-align: bottom; padding: 5px;"> <p>Quito, _____ del 200 _____</p> <p>FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES FEDEXPOR</p> </td> </tr> </tbody> </table>			B U L T O S P A C K A G E S			A R T I C U L O S I T E M S	MARCAS MARKS	CANTIDAD QUANTITY	CLASE CLASS	DESIGNACION DE LAS MERCADERIAS				<p>Quito, _____ del 200 _____</p> <p>FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES FEDEXPOR</p>
B U L T O S P A C K A G E S			A R T I C U L O S I T E M S											
MARCAS MARKS	CANTIDAD QUANTITY	CLASE CLASS	DESIGNACION DE LAS MERCADERIAS											
			<p>Quito, _____ del 200 _____</p> <p>FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES FEDEXPOR</p>											

Certificados de calidad.

- Para productos del mar y derivados, confiere el Instituto Nacional de Pesca.
- Para conservas Alimenticias otorga el INEN.
- Para banano, café y cacao en grano, emiten los programas nacionales correspondientes.

3.5.3 DOCUMENTOS A PRESENTAR POR LA FUNDACIÓN GRUPO JUVENIL SALINAS.

La exportación deberá ser acompañada de los siguientes documentos:

- RUC del exportador.
- Factura comercial.
- Registro como exportador a través de la página web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de transporte.
- Certificado Sanitario.
- Declaración Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E).
- Certificado de origen.
- Certificado de Calidad.
- Registro Sanitario.

3.5.4 TRAMITES PARA EXPORTAR⁵.

Tramite en la Aduana.

Aduana: Para el aforo físico se debe presentar:

- Factura comercial (4 copias), si existen diferencias entre el valor declarado y el valor exportado, se deberá presentar una nueva factura en original y cuatro copias para liquidación.
- Entrega de la mercadería en las bodegas de Aduana o Autoridad Portuaria.

Tramite de embarque

- Constatación del pago de derechos y gravámenes arancelarios, de ser el caso.
- Recibo de pago de tasas por almacenamiento, carga, muellaje, vigilancia, etc.
- Entrega a la Aduana de cuatro copias del documento de embarque definitivo emitido por el transportista.

3.5.5 REGÍMENES ADUANEROS.

Se entiende por régimen aduanero al conjunto de operaciones orientadas a darle un destino aduanero específico a una mercancía, de acuerdo con la declaración presentada por el interesado en la forma prescrita por las normas.

Exportación a consumo: las mercancías nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero para su uso consumo definitivo en el exterior.

Exportación temporal con reimportación en el mismo estado: se permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas, con un fin

⁵<http://comercioexterior.com.ec>

específico y por un tiempo determinado, con la condición que sean reimportadas sin que hayan sufrido en el exterior ninguna transformación, elaboración o reparación, en cuyo caso a su retorno serán admitidas con liberación total de derechos e impuestos a la importación. Se tramita en Aduana

Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo: permite la salida del territorio aduanero por un plazo determinado de mercancías nacionales o nacionalizadas para ser sometidas en el exterior a las operaciones de transformación, elaboración, reparación u otras permitidas, con suspensión en su caso, de los derechos e impuestos a la exportación para ser reimportadas bajo el tratamiento tributario y dentro del plazo establecido en el Reglamento. Se tramita en Aduana.

Reexportación: es cuando retornan al país mercaderías exportadas a consumo definitivo por haber sido rechazadas en el país de destino, por falta del cumplimiento del comprador, por fuerza mayor, etc., o por tratarse de elementos auxiliares que sirvan para la exportación del producto (canillas, tubos, conos o carretas) y de acuerdo a lo que indique la Ley Orgánica de Aduanas; estarán exentas de pagos de tributos a la importación y el exportador tendrá derecho a la devolución del pago de los tributos por la exportación, a excepción de las tasas por servicios prestados, valor por el cual el Administrador de Aduanas le emitirá una nota de crédito.

Exportación en consignación: es aquella en la cual la mercadería permanece por tiempo determinado fuera del territorio aduanero. Se tramita en Aduana.

Exportación bajo régimen de maquila: Es el régimen que suspende temporalmente el pago de impuestos y permite el ingreso de mercancías por un plazo determinado, para que luego de un proceso de transformación éstas sean reexportadas. Las operaciones bajo este régimen especial están reguladas por la Ley de Maquila y su Reglamento.

Ferias internacionales: Este régimen es suspensivo de tributos y permite el ingreso de mercancías de permitida importación (no consideradas en cantidades comerciales) y que estén destinadas a exhibición por un tiempo determinado para degustación, promoción y decoración en recintos, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley Orgánica de Aduanas y su Reglamento General. El plazo de permanencia de las mercancías será de la duración del evento, más quince (15) días, luego de haber finalizado el mismo.

Trueque: trámite en banco en que se registra el contrato.

DRAWBACK: es el régimen mediante el cual las empresas exportadoras pueden obtener la devolución de los impuestos de importación pagados sobre insumos o materias primas que formen parte del bien a exportar, dentro de plazos establecidos. El Drawback se puede aplicar a los siguientes tipos de mercancías: a. Las sometidas a un proceso de transformación, b. Insumos que hacen parte del producto final c. Los envases o acondicionamientos. La Aduana del Ecuador, a través de funcionarios especializados, se reserva el derecho de analizar y validar toda la información proporcionada por el sector exportador, en virtud de lo contemplado en los artículos 4, 5, 7 y 54 de la Ley Orgánica de Aduana; lo que facilitará la verificación de catálogos de productos exportados y coeficientes de devolución, entregados a la Aduana del Ecuador por parte de las empresas exportadoras que se acogen a Drawback.

Reposición con franquicia arancelaria: es un régimen con el cual se permite importar mercancías idénticas o similares sin el pago de impuestos, como compensación a aquellas mercancías importadas anteriormente y que retornaron al exterior después de haber sido sometidas a un proceso de transformación dentro del país, o que también pudieron ser utilizadas para producir, acondicionar o envasar mercancías exportadas.

La importación para Reposición con Franquicia Arancelaria deberá efectuarse dentro del plazo de seis (6) meses, contados desde la fecha de la aceptación de la Declaración Aduanera original de la importación de las mercancías a reponer.

Zona Franca: Es un régimen que libera de impuestos a las mercancías que ingresan a espacios autorizados y delimitados en el país, los cuales están basados en el principio de extraterritorialidad. Las mercancías nacionales o nacionalizadas que ingresan a Zona Franca, deberán cumplir con requisitos y formalidades como si fueran destinadas al exterior. Así mismo, la salida de mercancías de dichas Zonas serán consideradas como importaciones, debiendo cumplir con todas sus formalidades aduaneras.

Las Zonas Francas son:

a) Comerciales: En estas Zonas Francas las mercancías admitidas permanecen sin transformación alguna, en espera de su destino posterior.

b) Industriales: Las mercaderías que se admiten en las Zonas Francas Industriales deben someterse a operaciones autorizadas de transformación y perfeccionamiento en espera de su destino posterior.

Las operaciones bajo este régimen especial están reguladas por la Ley de Zonas Francas y su Reglamento.

Régimen particular o de excepción.

Trafico postal internacional y correos rápidos: Es la importación o exportación a consumo de los envíos o paquetes postales, transportados por cualquier clase de correo, sea éste público o privado. Los paquetes o bultos se sujetarán a las categorías expedidas en el Reglamento de Correos Rápidos o Courier, según su valor y peso establecidos. En caso de envíos que ingresen y superen los límites permitidos, deberán ser trasladados a un Almacén Temporal para ser manejados como una importación a consumo.

Trafico fronterizo: Es el régimen que, con base en los compromisos internacionales, permite el intercambio de mercancías destinadas al uso o consumo doméstico entre poblaciones fronterizas. Estos artículos están libres de formalidades y del pago de impuestos aduaneros, y sólo se aplica en favor de las personas residentes en las poblaciones fronterizas delimitadas por la Aduana del Ecuador. Fuera del límite, las mercancías deberán ser nacionalizadas.

Zona de libre comercio: Es el régimen que permite el intercambio de mercancías libres de impuestos aduaneros, entre países integrantes de una zona o territorio delimitado, y de mercancías originarias de los mismos. Está sujeto a las formalidades aduaneras previstas en convenios internacionales.

Cambio de régimen: Las mercancías declaradas a un régimen especial suspensivo o liberatorio de impuestos aduaneros, podrán ser declaradas a cualquier otro régimen, antes del vencimiento del plazo concedido

Previo al cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios, el cambio de régimen será autorizado por el Gerente Distrital, excepto en el caso de mercancías ingresadas al amparo de contratos para ejecución de obras públicas, cuya autorización corresponde al Gerente General de la Aduana del Ecuador.

El Gerente General o el Gerente Distrital, de acuerdo a lo dispuesto en la Ley, en su caso, autorizarán mediante resolución, por una (1) sola vez, el cambio de Régimen Aduanero.

No se considerará para cambio de régimen la importación a consumo, la exportación a consumo, el tránsito aduanero, la importación o exportación desde y hacia Zonas Francas.

Para el cambio de régimen a exportación a consumo e importación a consumo no se requerirá de autorización expresa sino solo de la aceptación de la correspondiente declaración al régimen.

3.5.6 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO.

Cuadro No. 17

Sección II :	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
Capítulo 08 :	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
Partida Sist. Armonizado 0813 :	Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo
SubPartidaSist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 08135000 :	- Mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este capítulo
Código Producto Comunitario (ARIAN) 0813500000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 0813500000-0000-0001 :	Solo Mezclas de frutas o otros frutos, secados industrialmente, o de frutos de cáscara incluidos

Fuente: <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>

Cuadro No. 18

Código de Producto (TNAN)	0001
Antidumping	0 %
Advalorem	25 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	Kilogramo Bruto (KG)
Observaciones	Solo Mezclas de frutas o otros frutos, secados industrialmente, o de frutos de cáscara incluidos
Es Producto Perecible	NO

Fuente: <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>

Tasa arancelaria en Estados Unidos

Cuadro No. 19

PARTIDA	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	TASAS ARANCELARIAS		
			GENERAL	ESPECIAL	2
0813.50.00	Mezcla de frutos secos, o de frutos de cascara de este capítulo	kilogramo	14%	-	35%

Fuente: Harmonized tariff schedule of the United States.

3.5.7 INCOTERMS.

3.5.7.1 DEFINICIÓN.

Las reglas **Incoterms** (acrónimo del inglés **internationalcommercialterms**, 'términos internacionales de comercio') son términos de tres letras cada uno que reflejan las normas, de aceptación voluntaria por las dos partes compradora y vendedora, acerca de las condiciones de entrega de las mercancías, productos. Se usan para aclarar los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

La Convención sobre contratos para la venta internacional de mercancías de las Naciones Unidas (en inglés, CISG, *U.N. Convention on Contracts for the International Sale of Goods*) en su Parte III «Venta de las mercancías» (artículos 25-88) describe el momento en que el riesgo sobre la mercancía se transfiere del vendedor (fabricante o no) al comprador (sea este el usuario final o no), pero reconoce que, en la práctica, la mayoría de las transacciones internacionales se rigen de acuerdo con las obligaciones reflejadas en los incoterms.

La CCI (Cámara de Comercio Internacional o ICC: *International Chamber of Commerce*) se ha encargado desde 1936 (con revisiones en 1945, 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000 y 2010) de la elaboración y actualización de estos términos, de acuerdo con los cambios que va experimentando el comercio internacional. Actualmente están en vigor los Incoterms 2010 (desde el 1 de enero de 2011).

3.5.7.2 TÉRMINO DE NEGOCIACIÓN A UTILIZAR POR LA FUNDACIÓN GRUPO JUVENIL SALINAS.

FOB.

Free OnBoard (namedloadingport): ‘franco a bordo (puerto de carga convenido).

El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte a través de un transitario o un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador.

El incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional. Se debe utilizar para carga general (bidones, bobinas, contenedores, etc.) de mercancías, no utilizable para granel.

El incoterm FOB se utiliza exclusivamente para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

Cuadro No. 20

Resumen de los INCOTERMS

INCOTERMS 2010										
MODALIDAD DE TRANSPORTE	MERCANCIA ACONDICIONADA PARA SU VENTA	LA CARGA EN EL ALMACEN DEL VENDEDOR	TRANSPORTE INTERIOR ORIGEN	FORMALIDADES ADUANERAS DE EXPORTACION	GASTO MANIPULACION EN ORIGEN	TRANSPORTE PRINCIPAL	SEGURO DE LA MERCANCIA	GASTO MANIPULACION DE DESTINO	FORMALIDADES ADUANERAS DE IMPORTACION	TRANSPORTE INTERIOR DESTINO
EXW MULTIMODAL										
FCA MULTIMODAL										
FAS MARITIMO										
FOB MARITIMO										
CFR MARITIMO										
CIF MARITIMO										
CPT MULTIMODAL										
CIP MULTIMODAL										
DAT MULTIMODAL										
DAP MULTIMODAL										
DDP MULTIMODAL										
RESPONSABILIDAD										
	VENDEDOR	COMPRADOR	VENDEDOR/COMPRADOR							

Fuente: <http://incoterms5semestre.blogspot.com/2011/05/incoterms-international-terminos.html>

El término de negociación usado por la Fundación Grupo Juvenil Salinas en las negociaciones será FOB, es decir que la empresa dejara los productos en el puerto y desde ese puerto ya no será responsable del producto.

El producto llegara a la costa oeste de Estados Unidos Puerto Houston que saldrá desde el Puerto de Guayaquil-Ecuador.

3.5.8 FORMAS DE PAGO.

Los giros a la vista, avales, letras de cambio, u otro documento negociable, son menos costosas y menos seguras por tanto tienen muchas desventajas para el exportador, pues el comprador siempre queda libre de no aceptar las mercancías.

Por eso se recomendara que la forma de pago sea el crédito documentario, dado las posibilidades de que el importador rechace la mercancía o no quiera pagar la misma es mínima o inexistente con esta modalidad de pago, pues no deja esta libertad al comprador, porque no dispone más del monto de la transacción que ha sido bloqueado por el banco del importador.

A esta modalidad se le denomina también carta de crédito, es el documento más conocido y usual en términos del intercambio comercial internacional.

Procedimiento.- Un Banco del Exterior a nombre y cuenta del importador emite una obligación de pago en favor del exportador a través de un Banco Corresponsal, una vez que se hayan cumplido todas cada una de las condiciones estipuladas en dicha carta de crédito.

3.6 ESTUDIO FINANCIERO.

El tamaño del plan de exportación es de 1000000 gramos al mes, dándonos una capacidad de producción de 20000 fundas de 50gr.

3.6.1 INVERSIONES.

La inversión es el capital que se requiere para el funcionamiento del plan de exportación, la misma que se divide de la siguiente manera:

Inversión fija.- Es la parte de la inversión que se destina a la adquisición de todos los activos fijos que se requieren.

Cuadro No. 21

DETALLE	IMPORTE
Deshidratadoras	84000,00
S. Total Inversiones	84000,00

Fuente: FUGJS

Elaborado por: La autora

Inversión diferida.- Constituye aquella parte de la inversión que se destina a la contratación de activos diferidos o intangibles los mismos que son:

Cuadro No. 22

DETALLE	IMPORTE
Estudios	900,00
Certificaciones	200,00
S. Total Inversiones	1100,00

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La autora

Inversión en capital de trabajo.- Es aquella parte de la inversión que debe estar disponible, para la operación normal del proyecto en un ciclo de operación generalmente un mes, pero en este caso es una sola vez en el año y esta inversión es:

Cuadro No. 23

DETALLE	IMPORTE
Costos de producción	18376,00
Gastos Administrativos	815,00
Gastos de ventas	525,00
S. Total Inversiones	19716,00

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora

Siendo la inversión total requerida para una exportación mensual de 103476,00 USD AMERICANOS.

3.6.2 COSTOS Y GASTOS

3.6.2.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

La determinación de los costos surge como consecuencia lógica y fundamental del estudio técnico, puesto que este estudio permitió estimar y distribuir los costos de una exportación al año en términos totales y unitarios, es así que el costo de producción es de 18376,00y se divide en los siguientes rubros:

- a. Materia prima y materiales directos.-Son los que quedan formando parte integral del producto terminado y este es el mix de Frutas Deshidratadas, envases, etc.
- b. Mano de obra directa.- Es la que se utiliza para transformar la materia prima en productos terminados.

- c. Gastos generales de fabricación.- Son aquellas que se incurre durante el proceso en rubros como, agua, luz, teléfono, gas, depreciación y estos son:

Cuadro No. 24

1. COSTO DE PRODUCCIÓN			18376,00
a. DIRECTOS			14000,00
PRODUCTO	1000000 gr.	12000,00	12000,00
MANO DE OBRA	5op.	400,00	2000,00
b. INDIRECTOS			4376,00
FUNDAS DE 50 GR	20000	0,11	2200,00
CINTAS DE EMBALAJE	25	0,64	16,00
CARTONES 5KG.	200	0,8	160,00
LUZ	1	500,00	500,00
TECNICO	1	600,00	600,00
GAS	1	200,00	200,00
DEPRECIACIONES		700,00	700,00

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora.

3.6.2.2 COSTO DE ADMINISTRACIÓN.

Son aquellos que se incurren en la administración y son: Sueldos y salarios del gerente, prestaciones sociales y útiles de oficina de la empresa. Este costo es de 815,00.

Cuadro No. 25

2. COSTO DE ADMINISTRACIÓN			815,00
SUMINISTROS DE OFICINA		15,00	
SUELDO GERENTE	1	800,00	

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora.

3.6.2.3 COSTO DE VENTAS.

Son aquellos gastos en que incurre una empresa para vender su producción y son: suministros de oficina, publicidad, transportes y fletes, etc. Este costo es de 525,00

Cuadro No. 26

3. COSTO DE VENTAS			525,00
SUMINISTROS DE OFICINA		25,00	
PUBLICIDAD		200,00	
TRANSPORTE INTERNO	1	300,00	

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora

3.6.2.4 COSTOS FINANCIEROS.

Son los intereses que se deben pagar por los préstamos obtenidos y son: Intereses a corto y largo plazo y estos costos en el presente plan de exportación son de 622,83 correspondiente a los intereses a pagar hasta el año 2017.

Cuadro No. 27

COSTO FINANCIEROS	622,83
--------------------------	---------------

Fuente: FUGJS.

Elaborado: La Autora.

3.6.2.5 COSTO TOTAL.

El costo total de la producción de mix de frutas deshidratadas es de 19716,00.

Cuadro No. 28

CONCEPTO	C. UNI.	PARCIAL	TOTAL
1. COSTO DE PRODUCCIÓN			18376,00
a. DIRECTOS			14000,00
PRODUCTO	1000000 gr.	12000,00	12000,00
MANO DE OBRA	5op.	400,00	2000,00
b. INDIRECTOS			4376,00
FUNDAS DE 50 GR	20000	0,11	2200,00
CINTAS DE EMBALAJE	25	0,64	16,00
CARTONES 5KG.	200	0,8	160,00
LUZ	1	500,00	500,00
TECNICO	1	600,00	600,00
GAS	1	200,00	200,00
DEPRECIACIONES		700,00	700,00
2. COSTO DE ADMINISTRACIÓN			815,00
SUMINISTROS DE OFICINA		15,00	
SUELDO GERENTE		800,00	
3. COSTO DE VENTAS			525,00
SUMINISTROS DE OFICINA		25,00	
PUBLICIDAD		200,00	
TRASPORTE INTERNO	1	300,00	
TOTAL			19716,00

Fuente: Costos de Producción, Administración y Ventas FUGJS

Elaborado por: La Autora

3.6.3 INGRESOS.

Dentro de los ingresos por ventas tenemos el costo de fabricación que es de 0,99 centavos por funda de 50gr. y el precio de venta con el 30% de utilidad por funda de 50gr. es de 1,28 centavos:

Cuadro No. 29

Detalle	Costo/U	Cantidad	Costo Total
Fundas 50gr.	0,99	20000	19716,00
Utilidad	30%		
P.V.	1,28	20000	
Ingreso Mensual			25630,8
Ingresos Anuales			307569,6

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora.

3.6.4 ESTADO DE RESULTADOS.

Se presenta el estado de resultados que se proyecta tener, en el cual se detallan las ventas que se tendrán, los costos y gastos, con el fin de obtener la utilidad, el mismo que se lo ha proyectado para 5 años con una tasa de inflación del 2,74% (a Septiembre 2013, fuente: Banco Central del Ecuador).

Cuadro No. 30

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Del 1 enero al 31 de Diciembre

Expresado en dólares

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS	307569,60	315997,01	324655,33	333550,88	342690,18
COSTO DE VENTAS	220512,00	226465,82	232580,40	238860,07	245309,29
VENTAS BRUTAS	87057,60	89531,18	92074,92	94690,81	97380,88
GASTOS DE ADMINISTRACION	9780,00	10047,97	10323,29	10606,14	10896,75
GASTOS DE VENTAS	6300,00	6472,62	6649,97	6832,18	7019,38
GASTOS FINANCIEROS	622,83	622,83	622,83	622,83	0,00

UTILIDAD ANTES DE IMP Y PART	70354,77	72387,76	74478,84	76629,66	79464,75
25% DE IMPUESTOS	17588,69	18096,94	18619,71	19157,41	19866,19
15% DE PARTICIPACIONES	7914,91	8143,62	8378,87	8620,84	8939,78
UTILIDAD NETA	44851,17	46147,20	47480,26	48851,41	50658,78

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora.

3.6.5 FLUJO DE EFECTIVO.

El Flujo de Efectivo muestra los resultados proyectado al número de años de evaluación del proyecto (5años).

Cuadro No. 31

Flujo de Efectivo

	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS		307569,6	315997,007	324655,33	333550,881	342690,18
VALOR DE SALVAMENTO						42000
COSTO DE VENTAS		220512	226465,824	232580,4	238860,072	245309,29
VENTAS BRUTAS		87057,6	89531,18304	92074,924	94690,8089	139380,88
GASTOS DE ADMINISTRACION		9780,00	10047,97	10323,29	10606,14	10896,75
GASTOS DE VENTAS		6300,00	6472,62	6649,97	6832,18	7019,38
GASTOS FINANCIEROS		622,83	622,83	622,83	622,83	0,00
UTILIDAD ANTES DE IMP Y PART		70354,77	72387,76	74478,84	76629,66	121464,75
25% DE IMPUESTOS		17588,693	18096,94026	18619,709	19157,4139	30366,187
15% DE PARTICIPACIONES		7914,9116	8143,623117	8378,8692	8620,83623	13664,784
UTILIDAD NETA		44851,17	46147,20	47480,26	48851,41	77433,78
DEPRECIACIONES		8400	8400	8400	8400	8400
AMORTIZACIONES		220	220	220	220	220
INVERSIONES						
FIJAS	84000,00					
INTANGIBLES	1100,00					
CAPITAL DE TRABAJO	18376,00					
RECU DEL CAPITAL DE TRABAJO						18376,00
FLUJO DE EFECTIVO	-103476,00	53471,17	54767,20	56100,26	57471,41	104429,78

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora.

3.7 EVALUACIÓN FINANCIERA.

3.7.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN).

El valor actual neto mide la rentabilidad del plan de exportación en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión del mismo.

Generalmente el VAN se calcula de la siguiente manera:

Se parte del resultado del FLUJO NETO DE EFECTIVO. Ese resultado se le actualiza al año CERO, utilizando una tasa de descuento se resta la inversión Inicial, ese resultado se constituye en el valor actual neto o valor presente neto.

Fórmula.

VAN = - Inversión inicial + Sumatoria FNE Actualizado

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Para el cálculo del valor actual neto es necesario establecer la tasa de descuento con la que se van a actualizar los valores y esta es el trema la misma que inicia con un valor del 12%

TASA			
	PASIVA	IFLACIÓN	TREMA
TREMA	8%	4%	12%

Cuadro No. 32

1 2 3 4 5

VAN =	-103476,00	<u>53471,17</u>	<u>54767,20</u>	<u>56100,26</u>	<u>57471,41</u>	<u>104429,78</u>
		1,12	1,25	1,40	1,57	1,76
	-103476,00	47742,11	43660,07	39931,06	36524,12	59256,26
	-103476,00	227113,62				

VAN1= **123637,62**

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora.

Al ser el resultado positivo, significa que el rendimiento de la inversión es superior al requerimiento mínimo de los inversionistas.

Para ir en busca de la tasa interna de retorno se requiere del segundo VAN en sentido negativo para ello utilizamos aproximaciones sucesivas para encontrarlo.

Cuadro No. 33

Tasa de Interes

I= **50%**

VALOR ACTUAL NETO

VAN= -Inversión
+FNE/(1+i)¹,...,FNE5/(1+i)³⁸

		1	2	3	4	5
VAN =	-103476,00	<u>53471,17</u>	<u>54767,20</u>	<u>56100,26</u>	<u>57471,41</u>	<u>104429,78</u>
		1,50	2,25	3,37	5,06	7,58
	-103476,00	35658,78	24356,46	16638,16	11366,82	13773,95
	-103476,00	101794,16				

VAN2= **-1681,84**

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora.

3.7.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La tasa interna de retorno es aquella tasa que hace al VAN igual a cero.

Existen algunas formas de calcular, una de ellas es mediante el método de aproximaciones sucesivas o de tanteo, para lo cual se debe establecer dos VAN, el uno con valor positivo y un negativo, la TIR estará ubicado al interior del intervalo.

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

r_1 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_1

r_2 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_2

VAN_1 = Valor positivo

VAN_2 = Valor negativo

Cuadro No. 34

R1	12%	
R2	50%	
VAN1	123637,62	
VAN2	-1681,84	
TIR	0,500	0,987

TIR 49,28%

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora.

Al ser la tasa interna de retorno 49,28% (12%) el plan de exportación se justifica desde el punto de vista financiero.

3.7.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI).

Es el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial se calcula a través de la siguiente formula.

$$PRI = \frac{\text{Inversión neta}}{\text{Utilidad anual}}$$

Cuadro No. 35

AÑOS	0	1	2	3	4	5
PRI=		53.471	54.767	56.100	57.471	104.430
	-					
	103.476,00					

	INVERSION	INGRESOS	FALTANTE
PRI=	-103.476,00	53.471,17	50.004,83

54.767,20	1,00	
50.004,83	X =	0,91

	AÑOS	MESES
PRI=	1	9

Elaborado por: La Autora.

3.7.4 RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RB/C).

La relación beneficio costo, es el cociente que resulta de la división de la sumatoria del valor presente de los ingresos entre la sumatoria del valor presente de los egresos descontados a una tasa determinada (i) y la calcularemos a través de la siguiente fórmula:

$$RB / C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

Cuadro No. 36

	1	2	3	4	5
R\$/BC=	<u>53471,17</u>	<u>54767,20</u>	<u>56100,26</u>	<u>57471,41</u>	<u>104429,78</u>
	1,12	1,25	1,40	1,57	1,76
R\$/BC=	47742,11	43660,07	39931,06	36524,12	59256,26
ING-ACT	227113,62				
EGRESOS	103476,00				
	Prima				
R\$/BC=	2,19	-1,00			
R\$/BC=	1,19	CENTAVOS DE DÓLAR			

Fuente: FUGJS.

Elaborado por: La Autora.

Se concluye que al ser la relación beneficio costo superior a uno, el proyecto de exportación es viable desde el punto de vista financiero, se puede decir que por cada dólar invertido se tiene un dólar con diecinueve centavos de ganancia

CAPITULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1 CONCLUSIONES.

- De acuerdo con el plan de exportación realizado la exportación de mix de frutas deshidratadas El Salinerito hacia el mercado de Estados Unidos- New York es viable debido a los agentes que se analizaron por lo que se establece la realización del proyecto.
- Se ha determinado que la Fundación Grupo Juvenil Salinas cuenta con la capacidad instalada, así como la capacidad económica requerida para el cumplimiento de la exportación ya que pueden producir de 2000 a 2400 kilogramos de fruta deshidratada al mes y exporta hasta 2 toneladas.
- Al realizar el estudio de mercado, conseguimos que el mix de frutas deshidratadas El Salinerito cumple con las exigencias del mercado estadounidense lo que lo determina que el tamaño del proyecto es potencial ya que el monto de las importaciones de la mezcla de frutas deshidratadas desde los Estados Unidos de América representa el 2.49% del total de las importaciones mundiales. El mercado norteamericano está en el ranking 12 de los países consumidores de este producto. En el año 2011 la producción de China ha sido reemplazada por Costa Rica y Chile, lo que demuestra que tanto Latinoamérica como Ecuador pueden encontrar un importante nicho en ese mercado.
- WALT MART, es uno de los principales y más grandes supermercados estadounidenses ubicado en New York el mismo que es el principal puntos de concentración de los consumidores con el 50% de visitas posee una participación del 55% , adicional a ello cuenta con 38 sucursales en todo el país

- Después de haber evaluado financieramente se ha llegado a la conclusión de que el plan de exportación es rentable, ya que los índices financieros han reflejado tal resultado. Podemos ver en el flujo de efectivo el valor a través del tiempo que va en aumento progresivamente.
 - El valor TIR es de 49,28% lo cual indica que el proyecto es ejecutable.
 - El valor de RB/C es de 1,19 centavos de ganancia por cada dólar invertido.
 - El valor VAN maximiza la inversión con un valor de 123637,62, otro indicador que nos resulta positivo, por lo tanto se deduce que el proyecto es factible.
- También podemos decir que a nivel local, pretendemos lograr el beneficio de la zona mediante la generación de fuentes de empleo y desarrollo de la parroquia Salinas, evitando de esta manera la migración de la población, además que los índices de exportación del país mejorarían en futuros años.

4.2 RECOMENDACIONES.

- Se recomienda la aplicación del proyecto expuesto “Plan de Exportación de Frutas Deshidratadas, dirigido al mercado de Estados Unidos –New York” ya que cumple con las condiciones adecuadas para la exportación y alcance del éxito deseado.
- Culminado el desarrollo del estudio para crear un PLAN DE EXPORTACION DE FRUTAS DESHIDRATADAS DIRIGIDO AL MERCADO ESTADOUNIDENSE-NEW YORK, podemos considerar que es un proyecto rentable a lo largo del periodo evaluado. Este resultado se debe a que el mercado establecido para la exportación no está completamente satisfecho. El producto es natural es decir 100% orgánico tomando en cuenta la salud y

bienestar de nuestros consumidores, ya que el principal objetivo es satisfacer al cliente brindando productos de calidad y garantizados.

- El estudio de mercado debe aplicarse con precisión para que tanto los factores estudiados de las empresas competidoras como de los países proporcionen el informe adecuado para su aplicación.
- La Fundación Grupo Juvenil Salinas debe buscar apoyo para que esta clase de proyectos que en base a los estudios técnicos proporcionen empleo y beneficios a los mismos inversionistas.
- En la parroquia Salinas se debe incentivar a la población para lograr incrementar las ventas de frutas deshidratadas tanto a nivel nacional como internacional y así aumentar sus ingresos.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se ha elaborado un Plan de exportación de frutas deshidratadas 100% natural que está dirigido al mercado Estadounidense - New York, a través de la Fundación Grupo Juvenil Salinas y la Fábrica de Alimentos y Conservas, ubicada en la parroquia Salinas de la Ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, que tiene la finalidad de entregar productos de calidad que satisfaga las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores. Para la elaboración del proyecto se utilizaron MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN tales como, bibliografía de texto y linckcografía, la investigación participativa, la observación, para la interpretación de datos y entrevistas a los productores de las frutas deshidratadas en la parroquia Salinas. La importancia del proyecto de exportación radica en la identificación de la idea de comercializar un producto competitivo entre Ecuador y Estados Unidos de Norteamérica, basándose en la filosofía y principios de la Fundación Grupo Juvenil Salinas. Posteriormente analizar el comportamiento del mercado y la competencia para aplicar estrategias comerciales que beneficien al desarrollo del proyecto. Una estrategia focalizada es ingresar al mercado a través de un intermediario, de esta manera el precio del producto será accesible al consumidor. Gracias al sitio web que posee la FUGJS se da a conocer los productos que se ofertan tanto para el mercado nacional e internacional. Los resultados esperados son obtener un mix de frutas deshidratadas El Salinerito que guarden las respectivas normas de calidad y sanitarias para el consumo, generando ingresos a los involucrados en la idea del negocio y que contribuya al desarrollo socio-económico de la ciudad y del país. Se recomienda que esta investigación sea empleada en un futuro ya que es un proyecto rentable.

SUMMARY

The present research work has developed a plan of dehydrated fruit export 100% natural, which is aimed at the U.S. market-New York, through Foundation Grupo Juvenil Salinas and Food and Canned Factory, located in Salinas town, Guaranda City, Bolivar province, which main objective is to deliver quality products that settle the needs, tastes and preferences of consumers. For the Project develop were used research methods like; text, internet, participatory research and observation; for the data interpretation and interviews to the producers of dehydrated fruit in Salinas town. The importance of export project is the identification of the idea of a competitive market between Ecuador and the United States, based on the philosophy and principles of the Foundation Grupo Juvenil Salinas. Then analyze the behavior and competition of the market to implement business strategies that benefit the project's develop. A focused strategy is to enter the market through a broker, so the product's price will be accessible to the consumer. Because of FUGJS website discloses the products offered for both domestic and international markets. The expected results are a mix of dried fruit El Salinerito the same which preserves a high quality and health standards for consumption. Generating income for those involved in the business idea and contribute to the socio-economic development of the city and the country. It is recommended that this research be used in the future, because, is a rentable project.

BIBLIOGRAFIA

TEXTOS

1. HIEBING, Román; COOPER, Scott. Cómo preparar el exitoso plan de mercadotecnia. México, Mcgraw-Hill Interamericana, 1992.
2. PORTER, Michael. Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Editorial Continental. Ciudad de México, Me GRAN HILL. 1994.
3. AKER, David. Investigación de Mercados. Barcelona, Prentice Hall, 2000.
4. FERNÁNDEZ, Ricardo. Segmentación de mercados. México, Ecafsa, 1999.
5. OCHOA SETZER, Guadalupe Administración Financiera. 2. ed. México, McGraw-Hill, 2002. 276 p.
6. HORGREEN, C. T; G. ROSER; DATAR S. M., *Contabilidad De Costos: Un enfoque gerencial, 8 ed., México, Prentice Hall, 2006.*
7. ARCÍA, Cándido, Elementos de Comercio Exterior: Guía para estudiantes y profesionistas, México, Trillas, 2004.
8. PUYOL, Bruno. Diccionario de Comercio Exterior: Bolsa y Banca, Cultural, S.A. Madrid, 1998.
9. CANTÚ, Humberto; SÁNCHEZ, Alfonso. El Plan de Negocios del Emprendedor. México, McGraw-Hill. 1993.
10. ANAYA TEJERO, Julio Juan, El Transporte de mercancías, Editorial ESIC, Madrid, 2009.
11. AVALOS, Juan Alberto; Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Edit. Seracomp, Riobamba, 2005

PAGINAS WEB

1. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldin/chavez_e_jp/capitulo2.pdf
2. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/1999/12/pdf/evenett.pdf>
3. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/td489_sp.pdf
4. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2012/ddoi.html>
5. http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Tecnicos/2012/AT19_2012.pdf
6. <http://www.comercioexteriorecuador.com/index.php/en/>
7. <http://www.comercioexterior.com.ec/>
8. http://www.mmrree.gob.ec/com_exterior/indice.asp
9. <http://www.comercioexterior.com.ec/qs/>
10. <http://cico.obolog.com/comercio-exterior-ecuatoriano-86959>
11. http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/org6_s.htm
12. <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/01/PROEC-GCE2011-EEUU.pdf>
13. http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp
14. <http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Estados-Unidos/Todos/US/00>
15. <http://www.aduana.gob.ec>